

Jornalismo Desportivo: A notícia em Televisão e as Fontes de Informação dos Jornalistas

Cristiana Ávila Santos

**Relatório de Estágio na TVI para o
Mestrado de Jornalismo**

Julho 2012

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Jornalismo realizado sob a orientação científica de Jacinto Rosa Godinho, professor auxiliar do Departamento de Ciências da Comunicação da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas.

“Só aqueles que têm paciência para fazer coisas simples com perfeição, é que irão adquirir habilidade para fazer coisas difíceis com facilidade”.

(Johann Christoph Von Schiller)

Agradecimentos:

Ao meu Pai, à minha Mãe e à minha irmã,

Aos meus avós e restante família.

Aos meus amigos de faculdade que sempre me apoiaram neste caminho,

Aos meus amigos de infância que tornaram possível o meu sonho.

Ao professor e orientador Jacinto Godinho, e a toda a equipa do mestrado em
Jornalismo da FCSH.

Àqueles que conheci durante o meu estágio e que não vou esquecer.

Cada palavra, cada lição de vida, cada momento partilhado.

Aos jornalistas Pedro Neves de Sousa, Marco António, Cláudia Lopes,
Pedro Ramalho, Henrique Mateus, Paulo Pereira, Joaquim Sousa Martins,
Rita Leça, Vanessa Cruz.

Aos repórteres de imagens e editores de vídeo,

A toda a equipa TVI.

À oportunidade de viver!

Título: Jornalismo Desportivo:

A notícia em Televisão e as Fontes de Informação dos Jornalistas

Autor: Cristiana Ávila Santos

RESUMO: O presente relatório de estágio apresenta em traços gerais o tipo de jornalismo praticado numa estação de televisão privada, nomeadamente a TVI.

Neste pequeno diário pretende-se dar resposta a muitas questões que hoje em dia nem sempre são precisas. Por exemplo, qual a importância da Internet na divulgação de notícias? Que papel desempenha actualmente o jornalista? Quais as principais funções de um estagiário em televisão? Como é visto pelos colegas de profissão? Que tipo de notícias escreve? Tem ajudas? Quais as fontes de informação que utiliza?

O meu estudo incidiu sobretudo na relação das fontes de informação com os jornalistas, possível em duas áreas do saber completamente distintas: a economia através da Agência Financeira e o jornalismo desportivo entre a dúvida da informação séria e o espectáculo do futebol.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo, jornalismo desportivo, fontes de informação, estagiários, TVI, Internet, economia

Title: Sports Journalism:

The news on TV and Sources of Information for Journalists

Author: Cristiana Ávila Santos

ABSTRACT: This report presents in general terms, the kind of journalism practiced in a private television station, TVI in particular.

In this little journal is to give answers to many questions that today are not always accurate. For example, how important the Internet in disseminating the news? What role does the journalist now? What are the main functions of an intern in television? As seen by colleagues? What kind of news writing? Have aids? What information sources do you use?

My study focused on the relationship of sources of information to journalists, possible in two completely different areas of knowledge: the economy through the Financial Agency and sports journalism between doubt the serious information and spectacle of football.

KEYWORDS: Journalism, sports journalism, sources of information, trainees, TVI, Internet, economy

Índice:

Introdução.....	1
Parte I	
1. Corpus do Trabalho	
1.1	
1.1.1 Problemática da Investigação	4
1.1.2 Justificação do Estudo.....	6
1.1.3 Limites do Estudo.....	7
1.2 A Revisão da Literatura	8
Parte II	
2. O Estágio	
2.1 Contextualização	
2.1.1 A caracterização da TVI.....	15
2.1.2 Jornalismo Económico – O Porta-voz do Capital Financeiro.....	18
2.1.3 A Agência Financeira.....	20
2.1.4 Jornalismo Desportivo.....	26
2.1.5 Informação ou espectáculo?.....	32
2.1.6 A questão do Infotainment.....	33
2.1.7 As fontes no Jornalismo Desportivo.....	34
Parte III	
3. Síntese	
3.1 A questão dos estagiários.....	36
3.2 Jornalismo e Jornalistas.....	37
Conclusão.....	40
Bibliografia.....	42
Anexos.....	44

Introdução

“Os limites da minha linguagem são os limites do meu mundo.”

Ludwig Wittgenstein

Escreveu Camilo Castelo Branco que *“o poeta e o músico tiveram o seu nome escrito na História, mas ninguém recorda quem foram os seus mestres. No entanto, há uma beleza imensa nesse passar despercebido. Uma beleza que só é apreciada pelas grandes sensibilidades, como é as daquelas pessoas que se dedicaram de corpo e alma à educação. Os dias prósperos não vêm por acaso, são granjeados, como searas, com muita fadiga e com muitos intervalos de desalento”*¹.

O presente relatório de investigação dá a conhecer parte da experiência de um estágio na redacção de um canal de televisão. Nesse pequeno mundo, a palavra tempo não existe. O relógio é a marca de cada jornalista. Conseguir chegar a tempo. Apresentar a notícia a tempo. Ter tempo para montar a peça. No pequeno mundo de um canal de televisão o trabalho é contínuo. Porque a emissão é contínua. Porque o canal se propõe a levar até aos telespectadores um ‘resumo’ da actualidade. Todos os dias. *“Se o campo jornalístico fosse um país, por exemplo chamado ‘Novaslandia’, a paisagem desse país estaria marcada por tudo quanto é sítio, pela presença de relógios”*. (Traquina:147).

O meu estágio teve a duração de cinco meses. Começou a 12 de Setembro de 2011 e terminou já este ano, a 10 de Fevereiro. O tempo foi suficiente para aprender a base e mostrar trabalho, mas não foi suficiente para dar o tudo por tudo.

As minhas funções na redacção da TVI dividiram-se por duas editorias distintas. Por um lado, o ‘papão’ da economia e por outro, a ‘emoção’ do jornalismo desportivo.

¹ Camilo Ferreira Botelho Castelo Branco foi um escritor português, romancista, cronista, crítico, dramaturgo, historiador, poeta e tradutor. Foi ainda o 1.º visconde de Correia Botelho, título concedido pelo rei D. Luís de Portugal.

O meu primeiro mês de estágio concretizou-se na *Agência Financeira*², o portal noticioso que alimenta a economia da TVI. É um estilo jornalístico que exige uma consulta diária de todos os jornais noticiosos que falam de economia e das suas vastas áreas, como é o caso dos jornais “Expresso”; “Público”; “Jornal de Negócios”; o “Económico”, bem como as agências noticiosas, portuguesas “Lusa” e internacionais: “Reuters”; France Press”, “Blomberg”. O primeiro dia foi assustador, não estava preparada para lidar de perto com a economia. As bases da faculdade ajudaram, mas foi na redacção que aprendi a lógica e a escrita. Durante um mês, fiz cerca de 60 peças, publicadas e assinadas por mim no sítio da Agência Financeira.

Em Outubro mudei-me para a editoria de desporto e lá permaneci até ao fim do estágio. Ali a escrita era outra. A matriz da notícia exigia trabalho de campo. Na editoria de desporto escrevi algumas notícias para o *Mais Futebol*³, o sítio de informação desportiva da TVI, mas o meu trabalho centrou-se no noticiário informativo para televisão. Tive a oportunidade de sair em reportagem, coisa que na Agência Financeira não acontecia. Aqui a liberdade era outra. A escrita tinha novos contornos. Em televisão o jornalista rege-se pela expressão: ‘Uma ideia! Uma frase’. Em quatro meses escrevi inúmeros *off*s⁴ e algumas peças onde tive a oportunidade de gravar com a minha voz. No entanto, não podia assinar com o meu nome. Na TVI o estagiário que não recebe remuneração pelo trabalho que faz não pode assinar as peças.

A realidade actual do jornalismo é falada numa linguagem heterogénea de imagem, som e vídeo. As notícias são actualizadas de minuto a minuto nas páginas da Internet, dos vários órgãos de comunicação. A difusão da informação alcançou grandes dimensões de rapidez e extensão, que permitiram o nascimento de um novo olhar sobre o mundo.

A emergência de novas tecnologias, sobretudo a Internet, permitiu o vasto acesso de toda a informação aos cidadãos. Um pilar fundamental no jornalismo desportivo é o acesso ao Twitter de um jogador de futebol, por exemplo. O jornalismo

² A Agência Financeira é um jornal online português, especializado em economia, mercados e finanças. É propriedade da Media Capital Multimédia, do grupo Media Capital.

³ Mais Futebol é um jornal desportivo português escrito e produzido por jornalistas.

⁴ Texto produzido pelo jornalista. Em televisão, *off* é o nome que se atribui ao texto que acompanhava as imagens na visualização de uma notícia.

assume-se hoje como um campo aberto de saber numa sociedade onde todos os agentes sociais podem delinear as estratégias comunicacionais.

O presente relatório serve de modelo a muitas perguntas cuja resposta é apenas conhecida no próprio local de trabalho, após vários momentos vivenciados na primeira pessoa. Neste pequeno diário serão conhecidas as relações entre jornalista e fontes de informação, a matéria-prima indispensável a um profissional da comunicação. Com a realização de entrevistas a alguns profissionais da estação de Queluz de Baixo e da agência noticiosa “Lusa” conseguimos perceber melhor as fraquezas, os defeitos, as virtudes, formas de pensar e agir da relação de duas áreas de saber que se completam e definem. Através da experiência destes profissionais, compreendemos melhor a questão do sigilo profissional, a importância da veracidade de uma fonte para a credibilidade de um jornalista.

Este trabalho pretende ainda descrever através da observação participante diária, a forma como os estagiários são recebidos numa redacção de televisão; como são colocados numa dada editoria; o apoio que recebem dos jornalistas e editores; a forma como lhes são apresentadas as notícias e que tipo de notícias; se consultam jornais, páginas na Internet ou se, ligam directamente para as fontes e que tipo de fontes.

Em suma, pretende-se descrever passo a passo as funções de um estagiário numa redacção de televisão até ao momento do lançamento da notícia.

Parte I

1. Corpus do Trabalho

1.1.1 Problemática da Investigação

Dizia Cícero que, “*desconhecer a história é permanecer criança para sempre*”⁵. As palavras do antigo filósofo romano ainda dão que falar. Uma criança aprende com a experiência e pela curiosidade. Um estagiário é igual, seja em que profissão for. No jornalismo essa regra é fundamental.

A notícia não vem ter connosco. Nós é que a procuramos e damo-la a conhecer. A televisão é um bom exemplo.

É dessa experiência que vos vou falar. A TVI foi o local por mim escolhido para realizar o estágio e posteriormente escrever o relatório que me permitirá concluir o mestrado em Jornalismo da Universidade Nova de Lisboa – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas.

Na estação de Queluz de Baixo os jornalistas lidam todos os dias com inúmeras notícias, de várias formas e feitios, provenientes de fontes conhecidas ou até mesmo anónimas.

Antes de saber que ia estagiar para um canal de televisão, costumava ver as notícias e reparar em cada pormenor, em cada movimento dos jornalistas, a forma como falavam, como se movimentavam e imaginava-me ali, naquele lugar a apresentar aquela notícia. Pensava se alguma teria essa oportunidade. Quais seriam os requisitos para ser jornalista e se qualquer pessoa o poderia ser. Com o estágio percebi que ser jornalista não é para qualquer um, embora a profissão seja hoje bastante vulgarizada.

Não basta saber escrever e escrever bem. É preciso gostar e respeitar a profissão. Ser jornalista é viver novas experiências a cada minuto. Ser jornalista é amar o que se faz acima de qualquer coisa. É uma profissão que exige seriedade, rigor, humanismo, tolerância e ética. Sem isto, ser jornalista não faz sentido. Informar é conhecer, saber, reviver, lembrar, dar sentido. Ser jornalista é falar para alguém, é falar com alguém. O jornalista deve dizer sempre a verdade. Ser

⁵ Cícero é normalmente visto como sendo uma das mentes mais versáteis da Roma antiga. Foi ele quem apresentou aos Romanos as escolas da filosofia grega e criou um vocabulário filosófico em Latim, distinguindo-se como um linguista, tradutor, e filósofo.

jornalista é estar atento a toda a hora. Saber o que ninguém sabe, ouvir o que ninguém ouviu e ver além do que todos conseguem ver. Ser jornalista é conseguir tirar a notícia do acontecimento. É saber usar as melhores palavras. É levar o outro a compreender e a aceitar a realidade. Mas, para que estas palavras façam sentido, o jornalista precisa da sua matéria-prima, ou melhor, as fontes de informação.

Nenhum jornalista vive sem fontes e quando estas falham ou demoram a chegar é o caos na redacção. Muitas vezes os alinhamentos são feitos em cima da hora do noticiário, quando há ainda notícias por confirmar, peças por acabar, textos por gravar ou até mesmo legendar.

Na Agência Financeira, os jornalistas estão constantemente a consultar as páginas das agências de comunicação, quer a Lusa, quer a imprensa internacional como a Reuters, France Press ou a Blomberg. Os jornais são outra arte de investigação indispensável do jornalista. Qualquer editoria recorre aos jornais antes do lançamento da notícia. Isto tudo com o objectivo de encontrar um novo ‘scoop’⁶, ou seja, com o propósito de encontrar uma nova notícia que marque a diferença. A capacidade de dar uma notícia verdadeira, exclusiva e em primeira mão é um feito que ajuda a distinguir e a dar mais ou menor credibilidade a cada órgão de comunicação.

Actualmente, a página da Agência Financeira está mais dinâmica. Ao texto e à imagem juntou-se um pequeno vídeo que ilustra melhor a notícia e lhe confere mais confiança. As peças colocadas na Agência Financeira são redigidas pelos jornalistas de economia da TVI.

Na editoria de desporto, as notícias elaboradas têm como fonte os clubes, as federações, as associações, os sindicatos, as redes sociais, a imprensa estrangeira. A redacção por exemplo, respira futebol, o prato preferido do público, todos os dias. Ter contactos no estrangeiro, amigos jornalistas lá fora, ver todos os dias os jornais desportivos de Inglaterra, França, Espanha, Itália, etc, é imprescindível.

O jornalismo português serve uma audiência exigente que contribui cada vez mais para a definição da programação televisiva.

⁶ Notícia do momento.

1.1.2 Justificação do Estudo

Entendendo a notícia como a matéria-prima do jornalismo, geralmente conhecida e associada a um acontecimento relevante que mereça publicação nos media, de que forma o jornalista é totalmente correcto se a notícia afectar o indivíduo concreto ou um grupo significativo? Será que o jornalista se preocupa com o meio onde a notícia emerge ou o seu único fim é escolher as notícias que mais interessem ao público e apresenta-las de forma atraente sem ter em atenção a própria fonte? Podemos julgar, podemos até criticar, mas só sabemos a verdade das acções dos jornalistas quanto somos nós a decidir.

Escolhi a TVI para a realização do meu estágio primeiro por ser um órgão de comunicação de televisão, que a meu ver agrega um pouco do que nos ensina a rádio e a imprensa escrita. A televisão é o órgão de comunicação mais completo que permite conciliar numa só peça, a imagem, o texto e a voz do jornalista.

Em segundo lugar escolhi a estação de Queluz por curiosidade e interesse. Imaginava-me a trabalhar lá. Olhava a TVI como uma estação livre de preconceito e inesperada.

”Por definição, o imprevisto está ao virar da esquina. (...) A estória é contada de uma forma que expressa o modo como a operação entra na engrenagem, em turbilhão. A cadência de trabalho torna-se frenética, absorvente. Os repórteres podem ter de abandonar uma tarefa de repente...os editores tem de tomar decisões rápidas. ‘Tudo acontece’ num episódio de actividade de fogo concentrado. As expressões são curtas, por vezes rudes; os movimentos rápidos; a atmosfera tensa; o nível de som vai aumentando. Portanto ser profissional não é ser vítima, mas conquistador do tempo”.⁷
(Schlesinger:1977/1993:188)

Os dias não são todos iguais numa redacção televisiva. Por vezes é cansativo, queremos que aquele dia acabe, ansiamos chegar a casa e dormir. Mas por outro lado, o trabalho excessivo vale a pena, quando no final somos recompensados. Recordo os dias em que estava na redacção e sabia que naquele dia ia sair em reportagem, contava todos os minutos até à hora da saída. Depois, quando chegava ao local e recolhia as

⁷ TRAQUINA, Nelson, O que é Jornalismo, Quimera, 3º Capítulo, Teorias do Jornalismo, p.151

informações necessárias para escrever a notícia, só queria regressar à redacção e escrever a minha peça.

É nesse momento que nos sentimos realizados. É o momento em que a nossa pesquisa se transforma em notícia e sentimos o alívio de missão cumprida.

1.1.3 Limites do Estudo

Segundo Paula Sá, jornalista do Diário de Notícias e professora na FCSH, *“a essência do jornalismo é perseguir a verdade e a objectividade que é um paradigma, mas que continua a ser a base do fundamento do jornalismo.”*⁸

A metodologia que rege esta investigação centrou-se principalmente na observação participante diária dos agentes que constituem o corpo de uma redacção de televisão e na elaboração de entrevistas para uma melhor compreensão do estudo em causa: “Jornalismo Desportivo - A notícia em televisão e as fontes de informação dos jornalistas”.

O relatório conta assim com três entrevistas realizadas a **Rita Leça**, jornalista de economia da Agência Financeira; **Cláudia Lopes**, jornalista de desporto da TVI e apresentadora do programa Mais Futebol da TVI24 e **Paulo Carriço**, editor de multimédia da agência noticiosa Lusa.

O tempo de estágio permitiu algumas conclusões pertinentes e o esclarecimento de algumas dúvidas, mas não foi suficiente para uma abordagem mais detalhada e específica de cada campo do saber.

⁸ Revista Nmagazine de Abril, <http://revistan.org/?p=2243>

1.2 A Revisão da Literatura

As Fontes de Informação dos Jornalistas

“As relações estabelecidas entre jornalistas e fontes noticiosas dependem do peso da informação fornecida, da confiança depositada pela fonte no jornalista e do tempo disponível para escrever”.

(Rogério Santos)

Hoje a palavra de ordem em todo o Mundo é ‘crise’. Ouve-se crise da boca de quem sofre e a sente. Ouve-se crise de quem fala dela e vive sobre ela. Hoje tal como ontem, fala-se na morte e decadência do jornalismo. Um jornalismo que sente a crise. As próprias estações de televisão, rádios e jornais são exemplo disso. Mas que crise é esta? Como pode acabar o jornalismo se o jornalismo é a fonte primária de toda a informação? Como poderíamos falar de crise, sentir a crise, lutar contra a crise se, os órgãos de comunicação não nos explicassem o que ela é e o que representa? A crise ao que parece veio para ficar. Assim como o jornalismo. Não podemos separar o jornalista do cidadão. E também não podemos separar o jornalista das fontes de informação. O jornalismo existe para manter o cidadão informado. A fonte nasceu para alimentar o rascunho do jornalista.

O público observa a realidade, embora por vezes não a compreenda. O jornalista observa a realidade e ajuda o cidadão a perceber por intermédio das fontes de informação. As fontes regem os jornalistas. As fontes apresentam a matéria mediática que circula na sociedade.

Segundo Rogério Santos, *“o texto jornalístico surge produto de uma grande variedade de forças culturais, tecnológicas, políticas e económicas, específicas numa sociedade e num tempo determinados”*⁹. (2003: 6)

A notícia transforma o mundo. Qualquer indivíduo, seja jornalista ou exerça outra profissão, decerto já questionou qual a relação entre fonte e órgão de comunicação. Certamente já tentou encontrar mil e uma respostas para perceber a forma

⁹ Santos, Rogério, “Jornalistas e Fontes de Informação”; Minerva Coimbra, 2003

como trabalham, a maneira como se conheceram, o que pensam uns dos outros e que tipos de informações partilham. Diversos 'ses' que merecem respostas concretas.

A notícia reproduz a interação e a troca entre fonte e jornalista. Os media infiltraram-se na vidas de todos nós. Não há como negar. Não dá para fugir. As notícias fazem as pessoas falar.

Após um estágio num órgão de comunicação percebemos melhor esta interação entre fonte e jornalista. Percebemos melhor o significado das palavras de Nelson Traquina. *“Jornalistas e fontes de informação têm necessidades de acontecimento; os jornalistas têm um produto diário a editar e as fontes precisam de distinção e visibilidade perante a concorrência de outras fontes”*¹⁰. (Traquina:2007)

É inconcebível pensar o jornalismo sem a sua matéria-prima. Hoje o processo da notícia faz-se pela fonte, o jornalista que contacta a fonte, o jornalista que processa a notícia, um superior (editor ou director) que a sanciona, altera ou elimina.

Nesta fase, pensamos naquela palavra confusa que aprendemos na faculdade. As escolhas do *gatekeeper*. Na altura era difícil perceber, entender o porque da escolha de uma notícia em detrimento de outra. Mas quando temos a oportunidade de pôr em prática as bases que aprendemos, damos-lhe um novo significado.

Pensemos numa criança. Quando nasce tenta observar tudo à sua volta. Pergunta em silêncio o porquê de não conseguir falar e de não ser compreendida. Quando cresce e começa a perceber as coisas, a experimenta-las, adquire conhecimentos outrora desconhecidos. E aí percebe. Nesse momento o que lhe parecia estranho começa a fazer sentido. Para muitos autores, *gatekeeper* é a expressão utilizada para descrever o guardião da notícia. Para nós alunos, que saímos dos bancos da faculdade para as cadeiras de um canal televisivo, são as pessoas com determinado poder que definem o alinhamento que todos os dias se convertem em notícias. Mas convém dizer que nem todas as notícias. Apenas as notícias que são consideradas importantes, de interesse público. E dentro dessas notícias, umas são mais importantes ainda que outras. Por outras palavras, o *gatekeeper* é aquele que negocia entre editor e jornalista na escolha de temas e palavras, aquele que trabalha a notícia, aquele que diz qual a notícia que

¹⁰ TRAQUINA, Nelson (2007^a) O que é Jornalismo? Lisboa: Quimera. 2^a Edição

importa e a que não importa. A notícia é um círculo constante. O que hoje é válido amanhã pode não o ser. As notícias são efémeras. Perdem-se no tempo e no espaço. A cada segundo um novo acontecimento merece a atenção do leitor, ouvinte ou telespectador. A cada acontecimento a fonte tem que proteger o jornalista.

Sem as fontes de informação como poderiam as notícias sair em jornais? A fonte é o local, o documento, a pessoa que fornece a matéria ao jornalista. A notícia é o resultado do trabalho do jornalista com a sua fonte de informação. O bom resultado da notícia depende em larga margem da boa relação entre jornalista e fonte.

E como definir a fonte de informação? Como encontrá-la? Como torná-la fonte de um jornalista? As fontes podem adquirir vários estatutos. Daí existir aquilo a que os jornalistas chamam de hierarquização das fontes.

As fontes podem ser próprias, quando constituídas por jornalistas que fazem parte de um órgão de comunicação; institucionais, se estão ligadas ao poder político, financeiro, religioso e até desportivo; confidenciais ou anónimas, muitas vezes próximas do poder.

Fazem parte das fontes oficiais dos jornalistas figuras como o Presidente da República, o Primeiro-Ministro e os restantes ministros em geral que ocupam cargos de poder. Ao contrário, existem também as fontes não oficiais. Este lote integra as associações, organizações não-governamentais (ONG), empresas de menor dimensão, grupos cívicos que lutam a toda a hora pela divulgação dos seus acontecimentos, o que nem sempre é possível devido ao peso da agenda das fontes oficiais.

São conhecidas por fontes anónimas aquelas pessoas a quem o jornalista atribui opiniões, aceita tomadas de posição e informações diversas, sem nunca revelar o seu nome. *“A noção de fonte anónima é transversal às fontes oficiais e não oficiais e existe para veicular uma informação escondida ou não legal, pelo que o jornalista tem o dever de proteger a confidencialidade daquela ao manter o anonimato. A confidencialidade da fonte noticiosa implica ocultar a sua verdadeira identidade, por razões como segurança, intimidade e amizade”*¹¹. (Santos:83)

¹¹ Santos, Rogério, “A fonte não quis revelar”, Um estudo sobre a produção das Notícias, 2006

De acordo com o autor, *“a fonte noticiosa através de informação, contra-informação, lóbis e fugas de informação, pretende ‘conduzir’ o jornalista a um objectivo definido – publicitar as suas realizações. Os jornalistas, que investigam, seleccionam e produzem informação têm critérios pessoais e sociais, com rotinas de trabalho e normas profissionais que os regem, para validar ou não a publicitação dos acontecimentos organizados pelas fontes de informação”*. (Santos:32)

Se não existissem ‘fontes’ quem prestaria informações ao jornalista? Quem relataria os pormenores de um dado acontecimento?

Serão sempre as fontes. A fonte tem que estar informada a cada segundo. A fonte tenta sempre saber as novidades que as outras fontes veiculam. Rogério Santos acredita que, *“se a confiança com o jornalista for muito elevada, ele pode dar informações suplementares, de background, indo mesmo à situação off-the-record ou ao embargo da informação até uma data ou hora determinada. O off-the-record constitui um recurso para o jornalista enquadrar uma questão, visível nomeadamente em áreas de grande confronto político, como a Assembleia da República”*. (Santos:78)

Confiança é a palavra-chave que liga a fonte ao jornalista. A questão das fontes de informação é uma matéria delicada. A má relação entre fonte de informação e jornalista pode levar a situações catastróficas, como a fuga de informação que não está correcta ou até mesmo provocar o fim da relação entre ambas. Daí a necessidade de existirem várias fontes.

Com que fontes o jornalista contacta mais? Quais as verosímeis? Na óptica de Rogério Santos, *“não sendo o acesso das fontes não oficiais tão conseguido como as fontes oficiais, aquelas aproveitam deslizes, fugas de informação e contradições entre fontes oficiais concorrentes, assim como o controlo da envolvente política por parte das autoridades, e garantem cobertura noticiosa”*. (Santos:87)

Devemos aproveitar informações no detrimento da falha de outros? Até onde devemos ir para obter um furo jornalístico? Quais os limites da notícia? Será que tem limites? Quando trabalhamos num meio de comunicação seja rádio, imprensa ou televisão sentimos na pele a importância de ter uma fonte. A importância e a necessidade de ter a informação a qualquer hora.

Não podemos falhar o nosso trabalho. Não podemos falhar com o público. Ele está ali para ser informado. Nós estamos lá para informar.

“A complexidade de uma questão simplifica-se na notícia, esgota-se no espectáculo, na campanha, num Dia Mundial. A concentração numa personalidade, a sua maior visibilidade ou vedetização, traduz, quer um acesso mais fácil aos jornalistas, quer uma maior identificação junto das audiências. Este ganho de reconhecimento é um objectivo fundamental para a entidade promotora (fonte ou agência de comunicação, que actua como intermediário junto do jornalista).” (Santos:89)

Até aqui apresentamos as fontes de informação como alguém de bem e indispensáveis à vida do jornalista. Todavia, as fontes têm um lado negro. Por exemplo, as fontes de informação não tratam todos os jornalistas de igual modo. *“A fonte noticiosa pode manipular a informação e servir-se do jornalista para a amplificar; os jornalistas lutam, muitas vezes, contra factos não verificáveis”.* (Santos:90)

O jornalista tenta nunca perder uma fonte. *“Se esta é oficial (pertencente ao governo, a uma grande instituição ou empresa do país), o jornalista actua com maior insistência. Há um círculo mais íntimo ou de maior peso: aqui, são os jornalistas que fazem a cobertura deste círculo a solicitar informação. No tocante a outras situações, consideradas do circuito exterior ou menos importante, são as fontes de informação a solicitar cobertura aos jornalistas.”* (Santos:92)

Porque qualquer fonte, com mais ou menor poder, tem valores. Não basta ver o que a fonte tem a dizer. É preciso analisar a credibilidade, autoridade e capacidade da fonte de sugerir e influenciar. Neste sentido, a fonte também tem voto na matéria. Pode mostrar cautela e manter afastada a curiosidade do jornalista, ou, se o jornalista procura averiguar o que pretende conservar como segredo, dá razões sobre a impossibilidade de transmitir tal informação ou prepara um cenário de off-the-record.

De acordo com Herbert Gans, *“A relação entre as fontes e o jornalismo assemelha-se a uma dança, pois as fontes procuram acesso aos jornalistas, e os jornalistas procuram acesso às fontes”.* (1979:116)¹²

Já Rogério Santos considera que o *“jornalista, após a selecção de acontecimentos, produz a notícia segundo normas e protocolos relativamente definidos,*

¹² Berlo, David K. (2003). O Processo da Comunicação: Introdução à Teoria e à Prática - Martins Fontes: São Paulo

e que resultam no conjunto de reuniões formais e informais - a cultura de redacção. Logo, a autonomia do jornalista depende do grau de liberdade que a organização noticiosa lhe concede e do prestígio profissional de que goza entre os seus pares”.¹³ (Santos:234)

Melvin Mencher vai mais longe ao dizer que “a fonte é o sangue do jornalista” (1991:282), enquanto Denis McQuail acrescenta que “as relações com as fontes de informação são essenciais aos media noticiosos e, muitas vezes, constituem um activo processo binário. Os media noticiosos estão sempre à procura de conteúdos convenientes e conteúdos (nem sempre convenientes) estão à procura de uma saída nas notícias” (2003:291).¹⁴

Fontes, jornalistas, audiências e o público, formam um sistema que não pode ser separado ou pensado de forma individual.

Ericson et al. enfatizam a importância da negociação entre fontes e jornalistas durante o processo de produção noticiosa. Para os autores, “as notícias são um processo de transacção entre os jornalistas e as suas fontes” (1989:377). “As notícias não resultam primeiramente da realidade nem são o seu espelho fiel. Resultam, isso sim, da natureza e do tipo de relações socioculturais que se estabelecem entre fontes e jornalistas. Há, portanto, uma construção da realidade que emerge dessa dinâmica” (1989:377).¹⁵

A troca de informações entre jornalista e fonte é, na maioria das vezes, baseada em relações de confiança que se mantêm por anos a fio. Mas nem por isso, o jornalista deve deixar de confirmar as informações com outras fontes. O dever do jornalista é com a verdade e a credibilidade junto ao telespectador precisa ser mantida para que o vínculo não se comprometa.

Mas, ser jornalista não é apenas estar preocupado com a segurança das fontes de informação e sobre a matéria que escreve. É estar preocupado consigo mesmo.

¹³ Santos, Rogério (1997). A negociação entre jornalistas e fontes. Minerva Editora: Coimbra

¹⁴ Mcquail, Denis (2003). Teoria da Comunicação de Massas. Fundação Calouste Gulbenkian: Lisboa

¹⁵ Ericson, Richard V, et al. (1989). Negotiating Control – a Study of News Sources. University of Toronto Press: Toronto

Jornalista é aquele que ama a profissão. Ser jornalista é estar disponível para a notícia 24h por dia. Ser jornalista é ser um profissional da informação. Um profissional rigoroso, sério, tolerante, humilde e verdadeiro. Ser jornalista não é ver quem escreve melhor. Não é ver quem tem as melhores e mais poderosas fontes. Ser jornalista é estar atento aos acontecimentos e saber o que é importante. O jornalista tem a missão de olhar e retratar a realidade para aqueles que estão de fora.

Para Rita Leça, jornalista da Agência Financeira na TVI, a relação entre fonte e jornalista é uma relação de *“equilíbrio e de respeito porque cada um tem o seu território e esse território tem de ser bem respeitado para depois as fontes não pensarem que podem interferir no nosso trabalho como nós também respeitarmos o trabalho dessas mesmas fontes”*.

Por outro lado, Cláudia Lopes, jornalista de desporto na TVI, vê excesso de confiança e favores na relação entre fonte e jornalista. *“No futebol os favores pagam-se muito caros (...) Eu não faço amigos ao dizer isto mas é aquilo que eu acho. Há uma subserviência muito grande dos jornais em relação aos clubes porque eles precisam sair todos os dias para a banca com aquele número de páginas mínimo, portanto, quando não têm inventam e fazem-se favores muito grandes”*.

Jornalista e fonte estão separados por uma fronteira e é preciso gerir e ter cuidados com a informação veiculada. A fonte é indispensável e o jornalista não vive sem ela. Todavia, ambos devem zelar pelo bem comum.

O jornalista escreve contra o tempo e muitas vezes sobre acontecimentos que não presenciou, conversas que não ouviu, inúmeras *estórias* com diversos testemunhos e opiniões. Uma peça mal feita, com informação falsa, pode ser desmentida, mas a credibilidade do jornalista é abalada. O jornalista deve ter provas (documentos) dos acontecimentos.

A falta de tempo do jornalista pela busca furiosa da notícia e a rapidez com que a tem de transmitir, nem sempre são possíveis. Por isso existem as fontes de informação.

Por outras palavras pode dizer-se que a fonte é o calcanhar de Aquiles do jornalismo. A falha de um é o erro de outro. Sem fonte o jornalista não pode exercer a sua paixão - Informar e estar informado.

Parte II

2. O Estágio

2.1 Contextualização

2.1.1 A caracterização da TVI

“A mudança é inevitável. O progresso é uma opção. O futuro é agora.”

Mark Briggs

“A evolução dos meios de comunicação extravasou para além fronteiras (...) A globalização ocorreu de tal forma que podemos, na verdade, conceber a forma de funcionamento dos media como um grande sistema mundial, por meio do qual fluem quantidades ilimitadas de informações, notícias, propaganda política, publicidade, cinema, jornais, revistas, programas de rádio e televisão, através de diversos suportes tecnológicos, desde os feixes hertzianos ao satélite, o que promoveu um desequilíbrio em matéria informativa entre os países mais desenvolvidos e nos menos desenvolvidos”¹⁶. (Cruz:337)

“A TVI é o principal canal de televisão em Portugal e cobre quase todo Portugal Continental com uma rede de emissão própria. É líder absoluta de audiências desde 2005 e em receitas publicitárias desde 2001, como resultado da liderança do horário nobre. A estratégia de programação da TVI assenta em formatos chave como a informação, a ficção nacional e entretenimento, completados por cinema e séries estrangeiras, futebol e programas infanto-juvenis”¹⁷.

De acordo com a Marktest, a TVI foi líder com 26,8% de quota de audiência em Junho de 2012.

“Em mês de Euro 2012, a TVI manteve uma liderança clara regular, obtendo a primeira posição em 75% dos dias (21 em 28 dias ocorridos até ao momento) tendo

¹⁶ CRUZ, João Cardoso, “Introdução ao Estudo da Comunicação”, Imprensa, Cinema, Rádio, Televisão, Redes Multimédia, Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa, 2002

¹⁷ <http://www.mediacapital.pt/content.aspx?hMenuID=10>

registado o seu melhor resultado do mês no dia 17 com a transmissão do jogo entre Portugal e a Holanda (38,1% de quota no dia). (...) No horário nobre, a TVI obteve igualmente a posição de canal líder ao registar 30,6%, ficando 6,9 pontos percentuais acima da estação em segundo lugar, a SIC, que obteve 23,7%. Com os excelentes registos verificados em Junho, confirma-se para o primeiro semestre de 2012 que a informação da TVI é a mais vista da televisão portuguesa. O “Jornal da Uma” apresenta nos primeiros seis meses do ano uma audiência média de 576 mil consumidores (29% de share) e o “Jornal das 8” obtém igualmente a primeira posição com uma audiência média de 974 mil expectadores diários (26,4% share em total de indivíduos)”¹⁸

A TVI (Televisão Independente) nasceu a 20 de Fevereiro de 1993. É a segunda estação de televisão portuguesa de carácter privado, e o quarto canal generalista. O canal pertence à empresa “Media Capital”, presidida por Miguel Maria de Sá Pais do Amaral.

A estação de Queluz foi fundada por entidades ligadas à Igreja Católica e hoje são os espanhóis do Grupo Prisa que detêm a maioria do capital da Media Capital.

Mais tarde, a 26 de Fevereiro de 2009 surgiu a TVI24, a terceira estação noticiosa de televisão portuguesa. Este é o primeiro canal por cabo da TVI. Serve de concorrência à RTP Informação e SIC Notícias.

¹⁸ <http://www.mediacapital.pt/p/493/article/835/junho-2012-tvi-lider-com-26-8-de-quota-de-audiencia/> ;
Fonte: Marktest Audimetria/Kantar Media, mercado canais generalistas e temáticos

EXEMPLO - Share da TVI*

ALL-DAY	ABRIL	MAIO	VARIAÇÃO
RTP1	18.8	18.7	- 0.4
RTP2	3.2	3.0	- 7.2
SIC	22.7	21.5	- 5.4
TVI	27.0	27.6	2.1
CABO/OUTROS	28.3	29.3	3.4

PRIME-TIME	ABRIL	MAIO	VARIAÇÃO
RTP1	16.8	16.7	- 0.2
RTP2	2.9	3.0	3.8
SIC	25.1	22.8	- 9.3
TVI	30.6	31.9	4.3
CABO/OUTROS	24.7	25.6	3.8

*Fonte Marktest Audimetria/Kantar Media

José Alberto Carvalho é o actual director do canal e também director de informação de todo o universo TVI. A 9 de Janeiro de 2012, o canal sofreu mudanças, tornando-se mais competitivo perante as concorrentes directas (SIC e RTP) com a entrada de José Alberto Carvalho e Judite de Sousa.

A redacção da TVI informação está dividida por dois pisos. Na parte de baixo concentram-se as editorias de sociedade, política, economia, TVI24 online, as secções dos pivôs e dos editores de imagem. Na parte de cima encontram-se as editorias de desporto e internacional, do programa Portugal Português, a secção da agenda da TVI e o departamento dos repórteres de imagem.

O meu estágio teve a duração de cinco meses divididos pela editoria de economia onde se insere a Agência Financeiro e a editoria de desporto. Dois géneros de jornalismo especializado bem distintos.

A editoria de economia/agência financeira é composta por 11 jornalistas. A editoria de desporto é constituída por 10 jornalistas quem fazem peças para televisão e 16 jornalistas que escrevem para o jornal online ‘Mais Futebol’, distribuídos pelas redacções de Lisboa e Porto.

2.1.2 Jornalismo Económico – O Porta-voz do Capital Financeiro

“O jornalismo é a arte de mentir sinceramente”.

(George Patiño, jornalista)

“A diferença entre o jornalismo e a literatura é que o jornalismo é ilegível e a literatura não é lida”.

(Oscar Wilde)

Para definir jornalismo económico precisamos de conhecer o significado de jornalismo e compreender a importância da comunicação e o processo em torno da notícia.

*“Não podemos fugir a uma realidade factual - o capitalismo está no ADN do jornalismo. Informação é poder, logo um produto à venda. Então, o jornalista tem que ter equilíbrio, mas, sobretudo, compromisso com a informação, o cidadão e a verdade dos factos, sempre escutando duas, se possível três, quatro, cinco versões do facto (...) É possível dar a informação, atender ao interesse público e garantir a audiência sem fazer da notícia um espectáculo. Este é o grande dilema do jornalismo contemporâneo, no qual os jornalistas estão inseridos. É preciso compromisso com os factos, com a informação, a investigação e o cidadão”.*¹⁹

As primeiras coberturas jornalísticas de economia remontam ao século XVII, quando surgiram os primeiros boletins noticiosos publicados por banqueiros e comerciantes europeus.

¹⁹ Ferreira, Daniel, A realidade do jornalismo contemporâneo, Informação & Informação, 8/12/09, <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a-realidade-do-jornalismo-contemporaneo>

Como na maior parte das especializações jornalísticas, as fontes de economia são divididas entre protagonistas (empresários), autoridades (ministros, secretários, directores de órgãos, funcionários públicos), especialistas (economistas) e o público (consumidores).

O jornalismo económico tem maior importância em países capitalistas de mercado aberto, e concentra-se nas acções do governo e de empresas.

O aumento do interesse pelos temas económicos cruza-se com razões de natureza muito complexa, como a evolução na estrutura dos grupos empresariais nacionais na área da comunicação social, a progressiva especialização dos jornalistas com a disseminação das licenciaturas em Ciências da Comunicação e as próprias dinâmicas sociais, com o surgimento de estilos de vida mais cosmopolitas, leitores mais exigentes e outra dimensão da percepção do espaço identitário, alargado para uma escala europeia.

O jornalista de economia debate-se com áreas ligadas à tecnologia, banca, saúde, energia, bolsa, investimentos, ao emprego e a questões de âmbito governamental. O jornalismo económico em países com um sistema capitalista concentra-se na iniciativa privada das empresas particulares. Já nos países socialistas, a informação jornalística depende mais das políticas do Governo e das empresas estatais.

O relacionamento do jornalismo com a economia influencia a tomada de decisões e estratégias em ambiente de negócio. Os profissionais da comunicação que trabalham com a cobertura económica têm que ter muito cuidado ao lidar com as fontes. A troca de informações entre repórter e fonte deve ser sempre baseada numa relação de confiança que se mantém por anos a fio. O dever do jornalista é com a verdade.

O jornalismo económico assume hoje enorme importância e isso reflecte-se diariamente nos cadernos de jornais impressos de grande circulação e principalmente nos programas de TV.

A informação circundante torna-se matéria-prima fundamental e o jornalista assume o papel de tradutor de discursos, já que cada especialidade tem um ‘jargão’ apropriado e desenvolve o seu próprio esquema de pensamento.

É importante ressaltar também que, o relacionamento do jornalismo com a economia influencia as tomadas de decisões e estratégias em ambiente de negócios. Na prática, os profissionais de comunicação que trabalham com cobertura económica,

têm muito cuidado ao lidar com as fontes, geralmente pessoas ligadas a grandes órgãos que, ao menor passo em falso, podem destabilizar a economia nacional.

2.1.3 A Agência Financeira

Agência Financeira é um jornal online português, especializado em economia, mercados e finanças. É propriedade da Media Capital Multimédia, do grupo Media Capital.

A Agência Financeira é composta pelo director de informação, Paulo Almoster; Judite França, Subdirectora; Paula Martins, editora e por quatro jornalistas (mulheres).

Quando comecei o estágio na redacção da TVI colocaram-me na Agência Financeira e confesso que torci o nariz. Ao início fiquei apreensiva, era uma área difícil, que não despertava em mim muito interesse. Mas como jornalista que quero ser aceitei o desafio.

A minha estadia na Agência Financeira durou cerca de um mês.

Para Rita Leça, a economia lança desafios. *“Tens que saber perceber os conceitos e perceber o que é que está em causa quando se faz uma notícia de economia para depois conseguires destrinchá-la e escrevê-la de uma forma simples, para quem vai ler entenda, logo aí é um primeiro desafio, tu não podes escrever lá as coisas sem descodificar porque depois as pessoas não vão entender e isso não é jornalismo”*, confessou a jornalista da Agência Financeira em entrevista.

No primeiro dia de estágio não fiz nenhuma peça. As ‘meninas’ da Agência Financeira acolheram-me muito bem e explicaram-me os procedimentos de trabalho.

As notícias são inseridas no sítio da Agência Financeira através de uma ferramenta designada por ‘Backoffice’²⁰, um serviço administrativo de website que permite publicar na página da Agência Financeira os textos, imagens e vídeos.

²⁰ Na gíria informática, BackOffice engloba o núcleo do sistema (software) que suporta a actividade empresarial, que não é visível pelo utilizador final. O BackOffice apenas apresenta algumas tarefas disponíveis, realizáveis para determinados utilizadores, e responsabiliza-se por coordenar e reencaminhar os dados inseridos dentro do restante sistema.

A minha primeira notícia foi sobre ‘Media e Tecnologia’. A notícia tinha sido publicada no jornal “Expresso” quando umas das jornalistas da Agência Financeira me pediu para fazer uma nova versão com base na informação veiculada pela fonte, neste caso, o jornal.

Exemplo: 1ª notícia

Título: Computador já reproduz textos sem ajuda humana

Entrada: Novo «software» informático permite a criação de textos sem a intervenção humana

Notícia: A empresa norte-americana Narartive Science desenvolveu um «software» com programas informáticos capazes de reproduzir textos sem a ajuda do homem.

De acordo com a agência Lusa, os novos programas utilizam uma gramática perfeita que permitem transformar a informação em bruto em artigos em tempo real.

«A nossa tecnologia produz novas histórias, relatórios sobre a indústria, títulos e mais, em escala e sem escrita ou edição humana», adiantou a Narrative Science no seu portal «online».

A investigação demorou cerca de dez anos e o novo «software» está agora pronto a ser utilizado.

Na Agência Financeira os estagiários começam por escrever notícias mais simples antes de passarem aos temas puramente económicos. A primeira semana de trabalho serviu de introdução aos conceitos-chave, nomeadamente, o défice, a dívida, o Orçamento do Estado, as finanças, IRS, dinheiro, juros, banca, mercados, bolsa, poupança.

A partir desse momento a rotina diária era quase sempre a mesma: Chegar à redacção, beber o café matinal, ler a actualidade informativa e estar atenta às notícias das agências de comunicação. O estagiário tinha liberdade para fazer propostas e sugerir notícias.

Exemplos de notícias por mim sugeridas:

1) 19/9/11

Chiado «mais caro» para os portugueses

Zona Comercial com os preços mais elevados no mercado imobiliário

Se a Avenida da Liberdade em Lisboa liderou o «ranking» imobiliário das zonas mais caras do país, hoje deixou de estar no topo da lista.

A zona comercial do Chiado, situada na baixa de Lisboa, passou a ser a mais cara do país, revelou a Cushman & Wakefield (C&W) num relatório MarketBeat, acrescentando que o Chiado é uma zona com «público jovem , trendy e com poder de compra acima da média».

«Apesar da apatia sentida no mercado imobiliário em geral», um «research» semestral da C&W, adiantou que no primeiro semestre deste ano, a zona do Chiado apresentou um valor de renda mensal de 80 euros por metro quadrado aor mês, enquanto que, na Avenida da Liberdade o mesmo valor corresponde a 72,50 euros.

No relatório do MarketBeat, também a cidade do Porto, sobretudo a Rua de Santa Catarina, constitui uma referência para o comércio de rua que, nos últimos anos «registou um crescimento significativo em Portugal», citado pela Lusa. Aqui, o valor da renda por metro quadrado por mês, ronda os 45 euros.

Por seu lado, o sector do retalho, enfrenta o período mais difícil desde 2007. «Tem vindo a sofrer com a deterioração do poder de compra dos consumidores e com a sua própria maturidade, que lhe confere um ambiente cada vez mais concorrencial», conclui o relatório da C&W.

2) 21/9/11

Malas «Vuitton» mais perto dos portugueses

Multinacional francesa conta já com 40 funcionários em Ponte de Lima

As mulheres portuguesas já podem usufruir de alguns dos acessórios mais requisitados na moda francesa.

A fábrica da Louis Vuitton, uma das mais prestigiadas marcas no mundo das malas instalou-se em Ponte de Lima.

A empresa, especializada na produção de bolsas feitas em couro, adquiriu uma antiga fábrica têxtil em Calvelo, no concelho de Ponte de Lima. O espaço está agora a ser reabilitado e a empresa já gastou cerca de 6,7 milhões de euros .

Neste momento, a multinacional conta com 40 trabalhadores mas espera criar mais 500 postos de trabalho. «Estão a terminar as obras de reconstrução do imóvel para poder contratar com força as tais centenas de funcionários, até ao final de 2012», explicou o presidente da Câmara de Ponte de Lima, Vítor Mendes, em entrevista à «Rádio Renascença».

Segundo Vítor Mendes, a empresa escolheu instalar-se no município de Ponte de Lima devido aos benefícios fiscais que a autarquia decidiu manter no próximo ano.

A produção em pleno da marca Vuitton arranca já no próximo mês de Outubro.

3)

Primeira pastelaria «low-cost» do país abre hoje

Confecção de bolos e pães é feita por estudantes a baixo custo em Oliveria de Azeméis

É já a partir desta quinta-feira que os mais gulosos vão poder comer bolos a baixo custo. Low-Costa.Come» é a primeira pastelaria a seguir o conceito low-cost em Portugal.

A confecção dos produtos é feita por alunos que têm aulas de pastelaria e panificação. Posteriormente, os pastéis serão vendidos a baixo custo.

«A pastelaria estava fechada e sem utilização, mas passou a funcionar como local das aulas práticas e decidimos que o melhor era também a usar para pôr à venda todos os pastéis que aqui vão ser feitos ao longo do curso», explicou Paulo Costa, professor do Curso de Educação e Formação em Pastelaria e Panificação, citado pela Lusa. O docente na Escola Secundária Ferreira de Castro é também autor deste projecto «relâmpago».

Ao fim de dois, os alunos que conciliaram o currículo escolar com as aulas práticas de pastelaria conseguem assegurar o 9º ano de escolaridade, o que lhes permite aceder à carteira profissional de pasteleiros.

O projecto desenvolvido por Paulo Costa envolve várias parcerias com outras entidades locais, nomeadamente ao nível da cedência de equipamento industrial para a produção em quantidade. «Em tempos de crise, não é coisa pouca comprar bolos a metade do preço que eles custam noutros sítios», acredita o docente.

Os croissants e outros bolos vão cuscar 40 cêntimos, à semelhança do café. O pão, por sua vez, será vendido a sete cêntimos e rissóis e outros salgados a 50, enquanto os bolos de aniversário serão confeccionados ao preço de 5.99 euros por quilo.

Na pastelaria, os copos e pratos vão ser de papel para evitar a contratação de empregados para lavar a loiça e os clientes terão de levar as suas coisas para a mesa. A ideia é poupar ao «máximo».

Depois de escrita pelo estagiário, a notícia é corrigida pelas jornalistas da Agência Financeira e colocada no sítio.

No que respeita aos horários, a hora de trabalho diária variava entre as 7h30/15h30 ou entre as 10h/18h. Quando começou o estágio, fui colocada com outra colega de turma de jornalismo na Agência Financeira. Tínhamos que cumprir o horário estipulado, ora das 7h30/15h30, ora das 10h/18h. Era indiferente qual de nós o faria, desde que o cumpríssemos. No início de cada semana combinávamos entre nós o horário para os cinco dias de trabalho. Aos fins-de-semana não trabalhávamos.

Na Agência Financeira não houve muita investigação de rua, o trabalho era feito na redacção. A agência Financeira tem como fontes os jornais (Público; Expresso; Jornal de Negócios; Diário Económico; El País); sites de informação relacionados com a economia (cincodias.es) e agências de comunicação noticiosas, nacionais e internacionais (Lusa; Bloomberg; Reuters; France Press). Para o nosso trabalho, ou procurávamos as notícias ou eram-nos dadas, depois tínhamos que as reescrever. Mas nem todas. Algumas notícias foram conseguidas por mérito próprio e investigação pessoal, através do contacto directo com as fontes ou agentes de informação. Recordo-me de uma notícia que saiu no jornal “O Público” sobre um projecto que ajudava o cidadão a poupar. Conhecido como Dou.pt, funcionava como um Portal de Doações: (<http://dou.pt/>)

Li a notícia no jornal e comentei com a jornalista Rita Leça, que estava de serviço nessa manhã. Ela gostou e pediu-me para reformular a notícia para o sítio da

Agência Financeira. Não me limitei a fazê-lo. Como obtive o contacto de um dos membros do projecto, enviei-lhe um email e fiz a minha própria entrevista. A minha notícia sobre o portal de doações “Dou.pt” teve como fontes o jornal “Público” mas contou sobretudo com a informação disponibilizada por esse mesmo membro (em resposta ao meu email).

Todas as notícias feitas foram corrigidas pelas jornalistas da Agência Financeira. Neste caso, o orientador de estágio, também editor de economia da TVI não tomou partido.

Nos primeiros dias de estágio fazia menos notícias, pois não estava habituada à linguagem específica de quem faz jornalismo económico. Não sabia ainda onde procurar a informação, como organizá-la, quanto tempo tinha para escrever cada notícia, quais os passos a seguir no *backoffice* para introduzir a notícia. Por norma não tinha muita pressão para escrever a notícia, excepto notícias de última hora que era preciso inserir no sítio da agência.

As jornalistas ajudavam os estagiários, perguntavam se estava tudo bem, se tínhamos dúvidas. Quando corrigiam uma notícia não se limitavam a apontar as críticas, também diziam o que estava errado e explicavam o porquê. Na segunda semana de estágio comecei a escrever as notícias com maior rapidez e confiança. Nessa fase não só escrevi notícias de tecnologia como também de finanças e empresas.

Durante a minha estadia na economia não fiz reportagens de exterior. Em redacção, escrevi cerca de 60 notícias, publicadas e assinadas no sítio da Agência Financeira. A maioria das notícias teve como fontes de informação os jornais e agências noticiosas.

TEMAS	<u>Nº de notícias</u>	Percentagem (%)
Media e Tecnologia	14	23
Economia	25	42
Finanças	6	10
Empresas	15	25

2.1.4 Jornalismo desportivo

“Não há jornalista que não tenha clube, transportar essa tendência para o trabalho é que é inconcebível”

(Alexandre Afonso, jornalista de desporto da Antena 1)

A 10 de Outubro de 2011 saí da Agência Financeira e fui para a editoria de desporto, por opção. Mudei não por não estar a gostar de economia mas pela paixão ao jornalismo desportivo e pela necessidade de sair em reportagem. É curioso explicar esta paixão. Não pratico nenhum desporto, apenas fiz natação em criança, não sendo este um motivo forte para me ligar ao desporto. Nunca liguei muito ao futebol e confesso que era raro ir a um estádio assistir a um jogo. Quando entrei para a faculdade comecei a dar mais valor à imprensa escrita, sobretudo aos jornais desportivos.

Durante a minha licenciatura em Ciências da Comunicação na Universidade Técnica de Lisboa – Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, realizei um pequeno estágio de três meses na Antena 1. Foi na rádio que o jornalismo desportivo entrou na minha vida. Foi na rádio que ouvi pela primeira vez a frase que voltei a ouvir na TVI. “Um jornalista desportivo escreve sobre desporto e qualquer outro tema. Um jornalista que não faz desporto escreve sobre tudo menos sobre desporto”. Quando acabou senti um vazio. Aquela rotina fazia-me falta. A paixão pelo jornalismo desportivo não passou. Permaneceu sim, mais forte que nunca.

*“O jornalista que faz desporto não tem de saber tanto de futebol como o Mourinho, tanto de basquetebol como o Michael Jordan ou tanto de golfe como o Tiger Woods (...) Tem de saber essencialmente de jornalismo, mas é importante que tenha conhecimentos da área em questão. É importante que goste de desporto, mas tem de estar atento a outras áreas, porque jornalista é jornalista – tem de saber fazer política, economia, cultura, sociedade... Tem de compreender e analisar bem o fenómeno desportivo, mas fundamentalmente, tem de saber muito de jornalismo e saber usar esses conhecimentos”.*²¹

²¹ Joana SiLva, Blogue de Jornalismo Especializado, Universidade Lusófona Porto: 11 de Maio de 2011 - <http://jornalismoespecializado.blogs.sapo.pt/34948.html>

Cláudia Lopes, jornalista de desporto da TVI não faz grandes distinções entre géneros jornalísticos. *“Tu és jornalista ou não és jornalista. E o jornalista tem obrigação, mesmo sendo desportivo de estar a par de qualquer outra área (...) Tens que saber quem é a senhora Angel Merkel, tens que saber quem são os senhores da Troika, tens que ler os jornais diários todos os dias, tens que ler notícias todos os dias, portanto, não sou uma purista em relação às áreas, acho que acima de tudo tens de ser um jornalista”*.

A editoria de desporto da TVI é constituída por 10 jornalistas, incluindo três editores, que trabalham em conjunto com o jornal online ‘Mais Futebol’ composto por 16 jornalistas quem operam em Lisboa e no Porto.

A adaptação à maneira de fazer jornalismo desportivo demorou mais do que uma semana. Escrever para televisão é muito diferente da forma com se escreve num jornal online. Em primeiro lugar foi preciso mudar a linguagem, aprender a escrever frases curtas para as imagens. Em televisão o texto acompanha a imagem. Nos primeiros dias de estágio tive o apoio dos editores. Ali já não se usava o Backoffice mas sim o ENPS (Sistema Electrónico de Produção de Notícias) e um programa de edição de vídeo. Através destes programas preparavam-se os alinhamentos do noticiário, os editores marcavam as saídas para reportagem, os jornalistas escreviam, gravavam e montavam as suas peças.

A adaptação a esta nova etapa não foi difícil em termos de conceitos, porque a maior parte eu já conhecia. O maior obstáculo foi aprender a lidar com os programas de edição, pois os editores nem sempre tinham tempo para nos ensinar, e nos dias de maior aperto também os jornalistas estavam ocupados com as peças de última hora.

Nas primeiras duas semanas de estágio na editoria de desporto confesso que fui muito ‘chata’, não só com os editores e jornalistas da editoria de desporto mas também com os editores de vídeo que me ensinaram a trabalhar com os programas de edição.

Para fazer jornalismo desportivo é preciso saber ler bem os jornais desportivos, ter as fontes certas, e saber onde procurar nos casos imediatos, lidar com programas de edição de imagem, estar familiarizado com outras línguas para quando for preciso legendar alguma peça de algum clube estrangeiro, por exemplo.

Normalmente um dia de um jornalista desportivo passa pela leitura diária dos jornais desportivos portugueses (a “Bola”; “Record” e o “Jogo”) bem como jornais internacionais quer do Brasil, Inglaterra, França, Itália, Espanha, etc.

Na editoria de desporto não há horas certas para almoçar ou para acabar o trabalho. Normalmente entrava às 10h da manhã e tanto podia sair às 18h, como às 21h ou 22h ou até mesmo às 00h, como aconteceu algumas vezes. Também aconteceu ter que estar em Queluz um pouco antes as 7h da manhã para ir para o aeroporto da Portela quando alguma equipa ia jogar fora ou quando chegava um novo reforço para os três clubes mais mediáticos: Benfica, Sporting e FC Porto.

No meu primeiro dia de estágio na redacção de desporto, um dos meus editores pediu-me para fazer um resumo de um jogo do campeonato francês que colocava frente a frente as equipas do Lile e Saint Etienne. A notícia não foi para o ar até porque o jogo já tinha acabado. No entanto, aquele resumo serviu para o meu editor analisar a minha capacidade de escrita.

No segundo dia de estágio marcaram-me um serviço. Não tínhamos direito a formação. A aprendizagem e experiência foram adquiridas dia-a-dia com trabalho.

Tive a oportunidade de sozinha sair em reportagem. Como não conhecia os repórteres de imagem tive que andar a perguntar quem era quem. No sistema ENPS tínhamos uma pasta com a marcação das saídas que indicava o local da reportagem, a hora, o jornalista e o repórter de imagem. Naquele dia e à hora marcada fui ter com o repórter de imagem designado e fomos para o Seixal para o treino do Benfica. Confesso que estava nervosa. Fazer um treino não é difícil mas é necessário conhecer os jogadores para conseguir escrever a notícia.

Quando cheguei à redacção tive que escrever um pequeno texto sobre o treino e montar um bloco de imagens, todavia, como era a minha primeira semana, não sabia ao certo como fazer.

Na hora de elaborar a notícia tive ajudas. O texto foi escrito por mim e corrigido por um jornalista. A montagem das imagens foi feita por um dos editores de vídeo. O off do treino do Benfica foi colocado no alinhamento e passou no ‘Jornal das Oito’.

Durante os quatro meses de estágio nem por um único dia me senti estagiária, pois trabalhei como uma verdadeira profissional. Na editoria de desporto não há folgas, muito menos aos fins-de-semana como havia na Agência Financeira. Passei muitos fins-

de-semana na redacção e em estádios de futebol. Mas há um fim-de-semana que recordo em especial. Foi em Outubro de 2011.

Nesse fim-de-semana não houve jogos, pelo menos para mim. Tive a oportunidade de escrever sobre outro tipo de desporto: atletismo e karaté wado kai. Durante o estágio tive também a oportunidade de escrever notícias sobre Fórmula 1, Dakar, e judo. No entanto, a maioria das notícias eram sobre treinos, conferências de imprensa, jogos de futebol, lançamento de livros a envolver alguma figura do futebol e sessões de autógrafos com jogadores.

Todas as notícias que fiz foram orientadas pelos três editores de desporto. Eram eles que contactavam com as fontes de informação e marcavam os serviços.

Posso dizer que saí muitas vezes em reportagem. Ao início não dei voz em algumas reportagens que fiz. Só depois de treinar a voz ao ler variadas peças é que finalmente tive a oportunidade de montar uma peça sozinha, aqui já incluindo a minha voz. No entanto, havia um senão. Podia montar a peça, escrever o texto e dar a voz para a peça ir para o ar no noticiário, no entanto, não podia escrever o meu nome. Era estagiária.

No que respeita ao programa Mais Futebol da TVI24, fui responsável pela rubrica ‘Totobola’ durante o meu período de estágio, que decorreu entre Outubro de 2011 e Fevereiro do presente ano. O totobola pertence aos Jogos da Santa Casa da Misericórdia e passa todas as Sextas-feiras no programa, uma vez que a Santa Casa tem protocolo com o programa. O totobola assemelha-se a um *vox pop*, uma vez que consiste em ir para a rua e abordar pessoas sobre os jogos de futebol do fim-de-semana. De acordo com cada jogo, o público faz as suas apostas quer em relação ao resultado final bem como aos jogadores que vão marcar a diferença em campo.

As fontes de informação em jornalismo desportivo são maioritariamente os clubes, associações, sindicatos, jogadores e atletas. Na TVI todos os jornalistas têm uma agenda de contactos à qual recorrem sempre que precisam confirmar uma notícia, marcar uma entrevista ou até mesmo para conseguir a notícia. No entanto são os editores que determinam o que será ou não notícia.

Peças Totobola	Peças realizadas com a minha voz	Peças realizadas por mim com a voz de outro jornalista	Off's	Entrevistas realizadas (no âmbito do aniversário de Eusébio)
16	9	4	Não sei precisar ao certo, mas quase todos os dias escrevia algum 'off' não apenas sobre futebol como abrangia outras modalidades quer nacionais, quer internacionais	Alexandre Mestre ²² Fernando Correia ²³ Humberto Coelho ²⁴ Jorge Sampaio ²⁵ António Simões ²⁶ Fernando Gomes ²⁷

Desporto....e não só!

Muitos encaram o jornalismo desportivo como espectáculo. Não estão errados, pois o futebol é um espectáculo dentro do próprio espectáculo. O país está em crise, mas nem mesmo assim os amantes do desporto deixam de comprar os jornais desportivos. É verdade que o jornalismo desportivo permite uma linguagem menos coloquial, no entanto, a informação que projecta é verdadeira e séria. Um jornalista de desporto tem que ter a mesma credibilidade e valor que um jornalista de economia, política ou

²² Secretário de Estado do Desporto e da Juventude

²³ Comentador TVI

²⁴ Vice-presidente da Federação Portuguesa de Futebol (FPF)

²⁵ Ex-Presidente da República Portuguesa

²⁶ Ex-jogador de futebol do Benfica

²⁷ Presidente da FPF

sociedade. Porque o jornalista de desporto não escreve apenas sobre futebol. Um jornalista de desporto tem a capacidade de escrever sobre qualquer assunto. Aliás, há temas que conciliam numa só notícia o desporto com outras áreas noticiosas.

Durante o meu estágio vi os jornalistas de desporto serem chamados pela editoria de sociedade, economia e até mesmo internacional para saírem em reportagem ou para redigirem alguma peça. O contrário não aconteceu.

Recordo alguns casos que acompanhei durante o meu estágio na TVI que envolvem personagens do mundo desportivo.

Temas tratados pela editoria de desporto.

Sociedade: Começo por falar do jogador Carlos Martins, médio internacional português do Benfica que actualmente joga no clube espanhol do Granada. Em meados de Novembro do ano passado, no final do apuramento do Euro2012, depois de uma vitória sobre a Bósnia, toda a comunicação social anunciou que Gustavo, filho do jogador precisava urgentemente de um transplante de medula óssea para sobreviver. A notícia despoletou uma onda de solidariedade com o jogador. Apenas em Maio deste ano, foi encontrado um dador compatível.²⁸

Justiça: Um outro caso polémico que ainda dá que falar, remonta ao ano 2009 e envolve alguns jogadores do FC Porto – a questão do Túnel da Luz, onde Hulk, Helton, Fucile, Cristian Rodriguez e Sapunaru responderam em tribunal, acusados de ofensas à integridade física na forma simples, na sequência dos incidentes protagonizados num jogo com o eterno rival Benfica.²⁹

Política: A 10 de Dezembro de 2011, Fernando Gomes foi eleito o novo Presidente da Federação Portuguesa de Futebol.³⁰

Vida: A 25 de Janeiro de 2012, Eusébio da Silva Ferreira, mais conhecido por Pantera Negra, completou 70 anos. Um marco histórico na vida de um dos ex-jogadores mais mediáticos em Portugal.³¹

²⁸ http://sol.sapo.pt/inicio/Sociedade/Interior.aspx?content_id=49208

²⁹ <http://www.abola.pt/nnh/ver.aspx?id=329198>

³⁰ <http://www.maisfutebol.iol.pt/selecao/eleicoes-fpf-vencedor-eleicoes-fpf-fernando-gomes-carlos-marta-eleicoes-fpf/1306958-1194.html>

2.1.5 Jornalismo Desportivo: Informação ou espectáculo?

Com que olhos devemos encarar o jornalismo desportivo? As notícias são informação ou mero espectáculo? E o desporto em si?

“O desenvolvimento da imprensa e do desporto conheceu um impulso singular no séc. XIX, tendo ambos conhecido níveis de massificação consideráveis. Hoje, desporto e media não vivem um sem o outro, coabitam sob estrita dependência. Veja-se quem são hoje os principais financiadores das grandes confederações do desporto (FIFA e Comité Olímpico Internacional), quem lhes proporciona lucros milionários, e de todos os clubes profissionais, quem lhes garante as remunerações dos desportistas: as televisões. São os contractos de compra e venda dos direitos de transmissão que asseguram o negócio. E quem tem o negócio age no interesse de não o estragar, deseja promovê-lo até à exaustão, na tentativa de garantir mais e mais audiências. Como é que se faz então para proteger o nosso negócio, atacamo-lo? É hoje claro que o ‘jornalismo desportivo’ vive entalado entre o compromisso de dar notícias, mesmo que essa tarefa não seja muitas vezes simpática, e fazer aquilo a que pomposamente algumas pessoas chamam de ‘promover o espectáculo’, missão paradoxalmente vedada por quem tem as estrelas sob contrato, os clubes, que reduzem a participação pública dessas figuras a declarações telecomandadas.”³²

Os clubes tornaram-se empresas líderes da promoção do espectáculo que é o futebol.

No entanto o jornalismo desportivo não pode ser encarado como espectáculo noticioso pois o jornalismo desportivo não fala apenas de futebol, abrange outras modalidades. As notícias não são apenas sobre os jogadores de futebol. Há atletas em outras modalidades que merecem atenção. O jornalismo desportivo é um campo de saber rigoroso que merece ser valorizado e respeitado.

³¹ <http://www.rtp.pt/noticias/index.php?article=521393&tm=28&layout=122&visual=61>

³² Opinião: O que são os jornalistas? Por António Varela,
<http://comunidade.xl.pt/Record/blogs/semanada/archive/2011/03/17/o-que-s-227-o-os-jornalistas.aspx>

2.1.6 A questão do ‘Infotainment’

“O Infotainment é uma combinação entre a reportagem factual e as convenções normalmente associadas ao entretenimento ficcional (J.Hartley 2002) ou “mistura elementos de informação política em programas de entretenimento, ou características de entretenimento em programas tradicionalmente informativos” (Kees Brants 2002:50)³³.

O jornalismo desportivo na TVI tem humor, mas também tem informação séria. A informação desportiva pura e dura está presente diariamente nos noticiários. Já o humor, característico da saga futebolística, do desporto e dos seus intervenientes está inserido nos programas ‘Mais Futebol’ e ‘A Noite do Futrebol’.

O futebol é usado pelo cidadão como uma válvula de escape para os problemas do dia-a-dia... o chefe, o trabalho que detesta, a corrupção e a impunidade, a violência crescente, a escola das crianças, as contas a pagar...e é ali que ele se encontra de novo, volta a se sentir importante, parte da sociedade. Numa altura em que Portugal atravessa um período de crise e desemprego principalmente jovem, como explicar a afluência constante aos estádios de futebol? Cabe ao jornalista desportivo ser a ponte entre o verdadeiro espectáculo e a informação rigorosa que esse espectáculo providencia.

Para Cláudia Lopes, jornalista de desporto na TVI, *“custa quando se encara o jornalismo desportivo como um jornalismo menor. É um jornalismo de espectáculo porque o desporto é um espectáculo, mas tem de ser feito com o mesmo grau de seriedade e de rigor”*.

“Se existe domínio onde o exercício do jornalismo tem de vencer preconceitos e derrotar mal-entendidos ele é o desportivo”.³⁴

³³ Artigo : O Humor na Campanha Eleitoral – Legislativas 2009 em Portugal, Ana Cabrera, Investigadora no CIMJ/Centro de Investigação Associado da FCSH-UNL, p.212

³⁴ Sobral, Luís; Magalhães, Pedro, “Introdução ao Jornalismo Desportivo”

2.1.7 As fontes no Jornalismo Desportivo

Em jornalismo desportivo as fontes de contacto dos jornalistas são sobretudo os clubes, as federações, os sindicatos.

Segundo Cláudia Lopes, uma ferramenta imprescindível de qualquer jornalista seja qual for a área são as redes sociais. *“Hoje em dia tu tens os jornais estrangeiros, de repente sai uma notícia em Londres e tu tens ali o Twitter, hoje muito utilizado por todos os meios de comunicação social, por muitos jogadores, já que não tens uma facilidade directa de contacto com os jogadores tens através das redes sociais daquilo que eles colocam, acho que é fundamental”*.

O recurso à Internet como fonte de informação revelou-se um instrumento de extraordinário valor para o trabalho nas salas de redacção. O jornalismo online rasgou novas e insuspeitadas possibilidades para o acesso do público à informação. Posteriormente, abriram-se as portas para o esquecimento e para a falta de confirmação de certas fontes, assim como para a sedentarização profissional e o reforço do ‘jornalismo sentado’. O computador surge como o nosso mundo. A Internet é o maior agente de comunicação do momento. Por exemplo, num dia de caos total na redacção da TVI em que estão agendadas muitas reportagens ao mesmo tempo, por vezes há falta de repórteres de imagens para todas as notícias. E muitas saídas acabam sempre por cair, ou seja, deixa-se de ir atrás da notícia por falta de meios. Isto aconteceu algumas vezes enquanto estagiei na editoria de desporto. Imaginemos que tínhamos uma saída agendada para o primeiro treino do Benfica aberto aos sócios e à comunicação social após duas semanas de treino intensivo à porta fechada. Era importante ir ao treino, recolher novas imagens e informações, ver se os jogadores estavam aptos.

No entanto, imaginemos que não havia repórter de imagem para ir ao Estádio da Luz. Que faríamos? Uma das hipóteses seria verificar as páginas dos jornais desportivos e até mesmo a página do Benfica e recolher informações sobre o treino. Posteriormente seria feita uma notícia com essas informações e com imagens de arquivo de outros treinos anteriores.

Com a revolução das tecnologias, hoje com o telemóvel, com o uso do twitter, do facebook, entre outras redes sociais, qualquer pessoa que não seja jornalista pode emitir uma notícia.

Contudo, para legitimar, dar sentido e organizar as informações para a sociedade são necessários jornalistas éticos e bem formados.

A cada momento, a tecnologia anda de braço dado com a notícia, isto porque, a tecnologia no lugar da notícia apresenta uma nova realidade do jornalismo, muito influenciada pela internet e que procura responder a uma tentativa de serviço e de entretenimento. Muitas notícias são apresentadas em suma num telejornal, mas a história completa está em vídeo na internet. E quem não tem computador? Conhece apenas a metade? É a realidade a que fomos habituados.

As pessoas não vivem sem jornalismo. As pessoas não vivem sem informação.

Paulo Carriço, editor de multimédia da agência Lusa, fala da importância das fontes sem nunca esquecer a veracidade e credibilidade na presença de um jornalista.

“A Lusa só dá uma notícia quando tem a certeza dessa notícia, ou seja, muita das vezes e nós no meio da comunicação social e da globalização que há hoje em dia, estão todos a dar um assunto e nós ainda não demos. Porquê? Porque não temos a certeza, ou seja, isso cria uma certa segurança e uma marca. Quando a Lusa dá e porque é verdade e no meio deste jornalismo e do cidadão em que vivemos hoje em dia, em que qualquer um pode ser jornalista, basta ter um blogue, e mete o noticiário na Net, em que depois podem ou não os órgãos de comunicação social ir atrás e a opinião pública, é bom que no meio disto tudo haja alguém que seja fidedigno, que tenha código deontológico, tenha regras a cumprir, ou seja, para nós é: o que os nossos clientes esperam de nós é - A Lusa deu é verdade.”

Paulo Carriço lembrou um caso polémico que envolveu o Sporting Clube de Portugal, quando a Lusa emitiu uma notícia que mais tarde se provou estar errada. Segundo o editor de multimédia, a fonte enganou o jornalista, o que afectou a credibilidade da Lusa.” *Foi um caso raro mas aconteceu sobre uma questão do Domingos Paciência ter saído do Sporting, foi um caso raro e a direcção da Lusa assumiu logo o erro e internamente as coisas foram tratadas, quer dizer, mas isso contasse por um dedo de uma mão. Eu não me lembro de uma situação destas, isto aconteceu. Mas todos nós lamentamos, porque a imagem da Lusa não pode ser beliscada.”*

Na TVI tal não aconteceu. A veracidade da notícia foi confirmada pelo jornalista junto do clube antes da sua divulgação.

Parte III

3. Síntese

3.1 A questão dos estagiários

“A pressão da concorrência é de tal modo forte que se tornou indispensável não nos deixarmos ultrapassar seja em que informação for”

Walter Cronkite

O mercado do jornalismo está fortemente irreflectido: há uma procura sensivelmente maior do que a oferta.

Os jovens saídos das universidades e institutos superiores são escandalosamente utilizados, em "estágios" realizados em regime de rotatividade contínua, como mão-de-obra barata ou mesmo gratuita.

Por outro lado, existem muitos ditos "jornalistas" que não são formados em jornalismo ou que praticam jornalismo sem uma licenciatura cumprida, enquanto, muitos jornalistas formados em jornalismo estão no desemprego. É a política a que o Governo português nos obriga.

Na faculdade o aluno recém-formado aprendeu a teoria, falta agora pô-la em prática. Todavia, só o conseguem se os meios de comunicação forem receptivos à sua chegada. Não basta aceitar o jovem estagiário numa redacção, é preciso acompanhá-lo, ensiná-lo, dar-lhe trabalho e corrigir as suas falhas, para que na próxima tarefa, consiga sozinho ter sucesso e fazer por si mesmo. É com este raciocínio que o estagiário aspirante a jornalista adquire espírito crítico que lhe permite dar a sua opinião, vindo até a beneficiar o local onde trabalha, mesmo que temporariamente.

Todavia, a realidade é bem diferente. Os estagiários ficam entregues à sorte, pois, os profissionais não têm tempo ou simplesmente não tem paciência para os ensinar. Nos corredores das redacções muitos passam despercebidos.

Os estagiários são chamados para um estágio não remunerado, onde tem oportunidade de conhecer o meio, mas muitas vezes não lhes é permitido explorá-lo. Ao fim do tempo, vão embora e outro seguirá o mesmo rumo. Neste sentido, para que vale ter um curso se o futuro é ser escravo e não ser pago? É uma questão que os senhores do

Governo deviam ter em consideração em vez de prometer políticas que tardam a ser concretizadas.

O principal problema em qualquer órgão de comunicação é a falta de tempo para dar a notícia. A televisão não foge à regra. O imediatismo que se vive é frenético. As televisões vivem muito da concorrência. É inconcebível na SIC ou na RTP estar a passar uma notícia e a TVI ainda não. Os canais de televisão controlam-se uns aos outros 24h por dia.

Outro problema são as fontes de informação. Sem elas o jornalista pode não conseguir o material necessário para produzir a notícia.

A falta de material técnico e humano para dar a informação também é um problema comum na TVI. Por vezes ou é porque o programa falha, ou porque as imagens não estão disponíveis à hora que são necessárias ou porque por vezes falta um repórter de imagem ou mesmo um jornalista para cobrir dado evento ou acontecimento.

3.2 Jornalismo e Jornalistas

A diferença entre o jornalismo e a literatura é que o jornalismo é ilegível e a literatura não é lida”.

Oscar Wilde

“O cidadão e o jornalista poderão não concordar sobre o que é mais importante, mas os cidadãos podem aceitar essas diferenças se acreditarem que o jornalista está a experimentar novas análises críticas para servir as necessidades e a vontade dos leitores. O essencial é que os cidadãos acreditem que as escolhas dos jornalistas não são exploradoras – que não oferecem simplesmente o mais vendável - e que os jornalistas não são simples veículos de mexericos ou de interesses alheios. As pessoas não se preocupam muito se um jornalista nunca comete erros, ou se os corrige devidamente, ou se escolhe sempre as notícias mais importantes. O principal elemento

*da credibilidade é a percepção dos motivos do jornalista. As pessoas não esperam a perfeição. Esperam boas intenções*³⁵.

A imprensa mundial está rodeada de pseudo-comunicadores que escrevem sobre tudo e mais alguma coisa. No mundo do jornalismo há sempre uma palavra a dizer, ou melhor, todas as palavras que são ditas devem ser factos verídicos, embora muitas vezes a vontade de escrever projecte no papel histórias que por vezes não se verificam. Ética e tempo são dois factores fundamentais no jornalismo, embora não se consiga conciliar os dois, pois, para haver ética é necessário que a notícia seja pensada, preparada, escrita e difundida. E este processo é lento. A corrida ao topo e a procura da exclusividade, levam o profissional do jornalismo a esquecer-se que a sua função é prestar serviços, não só à própria comunidade mas também à sociedade como um todo. Ser jornalista é viver a cada momento uma nova experiência, enfrentar um desafio inesperado e poder vivenciá-lo de forma apaixonante.

O jornalista é aquele que procura a riqueza e a dinâmica das narrativas, com personagens reais que respondem aos interesses do público, ou seja, o jornalista transmite uma espécie de comédia/tragédia que faz parte do quotidiano do indivíduo que se traduz na simples realidade onde vive.

Vendo por exemplo, a televisão, não é arriscado dizer que é o órgão de comunicação mais importante no quotidiano dos cidadãos.

A televisão é cultura para uns e destruição e violência para outros; essa "caixinha mágica" constitui, por um lado, motivo de debate para os adultos, por outro, objecto de culto para as crianças.

Hoje, ao olharmos para o panorama do jornalismo português, qualquer pessoa, seja ela formada ou com poucos estudos, vê, embora de forma diferenciada que, a fronteira entre produtor e consumidor diluiu-se. Digo isto porque, qualquer pessoa pode escrever uns rabiscos e publicar na Internet. Agora, confirmar se essa informação é verídica já é um assunto mais complexo. Todavia, este facto possibilitou ao cidadão anónimo um lugar de vedeta na comunidade.

35 Thomas Cahill, *The Gift of the Jews: How a Tribe of Desert Nomads Changed the Way Everyone Thinks and Feels*, Nova Iorque: Nan A. Talese/Anchor Books, 1998, 17.

Dizemos que uma notícia é verdadeira quando esta é confrontada com a realidade do momento, porque uma notícia é importante hoje, talvez seja comentada amanhã, mas no dia seguinte é esquecida. Já não se insere na categoria da novidade, já não é história. Como defendia Friedrich Nietzsche, “*Não há factos eternos, como não há verdades absolutas*”.

Apesar da negatividade de que tem vindo a ser alvo, o jornalismo forma pessoas. Contudo a realidade não pode ser evitada: “*o capitalismo está no ADN do jornalismo*”.³⁶

Os profissionais do jornalismo preocupam-se com o público: convidam figuras públicas a colaborar regularmente em espaços de opinião pública; proporcionam a intervenção dos telespectadores, quer pelo envio de cartas ou pela participação directa em programas televisivos ou radiofónicos; nas plataformas digitais permitem a partilha de conteúdos; estão em permanente actualização da informação. Hoje, o público receptor tem excesso de informação.

O jornalismo sério é aquele que escuta a verdade dos factos, mas, nem sempre há tempo para o cumprir. Neste sentido, é preciso recorrer ao jornalismo leve, aquele que promove o espectáculo e que não necessita de confirmação para garantir audiências.

Em quem acreditar? No mundo do jornalismo estamos sujeitos a tudo. Numa página de um jornal ou numa peça televisiva vemos textos e assistimos a imagens impressionantes e pensamos que um dia gostávamos de fazer igual. Por outro lado, ao virar a página, encaramos desencontro de informações, narrações superficiais, textos mal escritos. Isso não é bom para a credibilidade e para a própria existência dos veículos de imprensa, sobretudo no mundo contemporâneo.

É sobretudo neste panorama que, o jornalismo peca na falta de respeito para com os estagiários, além da forma como são explorados; pelas condições de atribuição da carteira profissional do jornalista e pelos métodos de noticiabilidade quase “em cima do joelho” que se aplicam nos meios de comunicação.

³⁶ A realidade do jornalismo contemporâneo: Daniel Ferreira,
(<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=567DAC003>)

Conclusão

“Para os jornalistas, dias em que não se sente o pulsar dos acontecimentos, o fervilhar da notícia, não são dias”

Judite de Sousa

O jornalismo desportivo respira paixão. O jornalismo económico respira necessidade!

‘Força miúda, nunca desistas’, disseram-me os colegas de profissão na despedida. Foram cinco meses de estágio. Entre Setembro de 2011 e Fevereiro de 2012 a TVI foi a minha segunda casa.

Pergunto, sabemos definir o jornalismo que hoje os profissionais com carteira reconhecida praticam? Que novas competências adquiriram os jornalistas? Será uma profissão de improviso ou uma profissão que persegue unicamente a verdade? E os estagiários? Como são inseridos numa redacção televisiva? São acompanhados? Que notícias produzem? E as fontes? Onde se encontram?

A realidade actual do jornalismo é falada numa linguagem heterogénea de imagem, som e vídeo. As notícias são efémeras. O que hoje é novidade, amanhã cai no esquecimento. Nas redacções vive-se a um ritmo frenético, muito pela questão do imediatismo e da busca incessante pelo *scoop*. As televisões vivem das audiências. São as audiências que levam o lucro. A programação diária é o resultado das preferências do público-alvo.

A internet tornou-se o melhor amigo do jornalista. As redes sociais estão na moda. O facebook, o twitter, disponibilizam informação pertinente que imaginemos, está apenas à distância de um clique.

Os jovens saídos das universidades e institutos superiores são escandalosamente utilizados, em "estágios" realizados em regime de rotatividade contínua, como mão-de-obra barata ou mesmo gratuita. Podemos ficar felizes pela experiência adquirida e pelas

amizades que construímos, mas o resto? O estágio não é remunerado, logo não possibilita a aquisição da carteira profissional de jornalista. E que fazer com essa experiência se ficamos sem trabalho? As oportunidades residem nos estágios gratuitos. Somos úteis, fazemos reportagens, peças, trabalhamos como verdadeiros profissionais, e quando o tempo acaba, um outro estagiário ocupa o nosso lugar. O tempo em televisão não existe. Os jornalistas não têm horas para terminar o trabalho. Estão ao serviço da informação e dos acontecimentos de última hora.

O jornalista que faz desporto não tem de saber tanto de futebol como Mourinho, tanto de golfe como o Tiger Woods; o jornalista que faz economia não tem que escrever as peças com base no discurso do ministro da economia. O jornalista, qualquer que seja a sua especialização, tem de saber essencialmente de jornalismo sem nunca descuidar dos conhecimentos da área em questão. O jornalista tem que estar informado. Um jornalista que faça apenas jornalismo desportivo, numa eventualidade pode ser chamado para fazer uma peça de política ou internacional.

As fontes de informação são a matéria-prima indispensável aos profissionais da comunicação. Nenhum jornalista vive sem fontes e quando estas falham ou demoram a chegar é o caos na redacção. As notícias assumem-se como um processo de transacção entre os jornalistas e as suas fontes. É esta interacção que dá origem à nossa realidade.

Como escreveu Eugénio Queirós, *“aos novos costume lembrar-lhes que também eu, quando comecei, passei muitos anos a contar os tostões e a ter que optar entre almoço ou jantar, sobretudo quando decidi ir trabalhar para Lisboa por causa daquelas coisas que acontecem muito aos jovens: paixões! Foi o melhor tempo da minha vida profissional! Ai que saudades, ai, ai... Esfomeado mas feliz”*.³⁷

³⁷ Queirós, Eugénio, “A propósito do nosso jornalismo desportivo”, 29 de Dezembro de 2011: <http://comunidade.xl.pt/Record/blogs/bolanaarea/archive/2011/12/29/a-prop-243-sito-do-nosso-jornalismo-desportivo.aspx>

Bibliografia

Livros

- TRAQUINA, Nelson, O que é Jornalismo, Quimera, 3º Capítulo, Teorias do Jornalismo, 2002
- SANTOS, Rogério, “Jornalistas e Fontes de Informação”; Minerva Coimbra, 2003
- SANTOS, Rogério, “A fonte não quis revelar”, Um estudo sobre a produção das Notícias, 2006
- SANTOS, Rogério (1997). A negociação entre jornalistas e fontes. Minerva Editora: Coimbra
- BERLO, David K. (2003). O Processo da Comunicação: Introdução à Teoria e à Prática - Martins Fontes: São Paulo
- MCQUAIL, Denis (2003). Teoria da Comunicação de Massas. Fundação Calouste Gulbenkian: Lisboa
- ERICSON, Richard V, et al. (1989). Negotiating Control – a Study of News Sources. University of Toronto Press: Toronto
- CRUZ, João Cardoso, “Introdução ao Estudo da Comunicação”, Imprensa, Cinema, Rádio, Televisão, Redes Multimédia, Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa, 2002
- SOBRAL, Luís; MAGALHÃES, Pedro, “Introdução ao Jornalismo Desportivo”

Páginas na Internet

- A realidade do jornalismo contemporâneo: Daniel Ferreira, (<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=567DAC003>)
- Ferreira, Daniel, A realidade do jornalismo contemporâneo, Informação & Informação, 8/12/09,
-

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a-realidade-do-jornalismo-contemporaneo>

Revista NMagazine, Abril, <http://revistan.org/?p=2243>

<http://www.mediacapital.pt/p/493/article/835/junho-2012-tvi-lider-com-26-8-de-quota-de-audiencia/> ; Fonte: Marktest Audimetria/Kantar Media, mercado canais generalistas e temáticos

<http://www.mediacapital.pt/content.aspx?hMenuID=10>

Joana SiLva, Blogue de Jornalismo Especializado, Universidade Lusófona Porto: 11 de Maio de 2011 - <http://jornalismoespecializado.blogs.sapo.pt/34948.html>

http://sol.sapo.pt/inicio/Sociedade/Interior.aspx?content_id=49208

<http://www.abola.pt/nnh/ver.aspx?id=329198>

ANEXOS

ANEXO 1: Entrevista a Rita Leça, Jornalista da Agência Financeira na TVI

Como defines jornalismo económico?

Jornalismo económico é o jornalismo mais importante da actualidade, porque é aquele em que se sentem melhor as preocupações dos portugueses, ou seja, hoje em dia, a maioria dos telejornais e dos jornais fazem manchetes ou abrem com notícias de economia e é importante que as pessoas consigam explicar aos outros opções de economia, explicar o que é esta crise, o que é que as pessoas vão sofrer, as implicações, etc.

Quais as principais diferenças entre fazer jornalismo económico para televisão e para a Agência Financeira?

É a linguagem. Na televisão tu tens que ter uma linguagem muito mais simples, muito mais limpa e tens que tornar os conceitos que são típicos da economia. Tens que os tornar simples para quem te esteja a ouvir entenda, enquanto na escrita para a Agência Financeira por exemplo, tu podes usar uma linguagem, não direi técnica, mas, em que tu podes explicar melhor as coisas, podes fazer uma explicação mais alongada das coisas e mais específica, ou seja, uma pessoa vê uma notícia na televisão, e tem que perceber o essencial dessa notícia e se quiser mais pode ir ao site da Agência e ter uma informação mais desenvolvida.

Como pode o público definir este jornalismo? É económico ou tem outras variantes?

A informação da Agência Financeira é puramente económica, mas não só. Tu também tens informação sobre a bolsa, e mesmo sobre as cotações, as acções em tempo real, e há muitos leitores que vão lá só para saber essa informação e depois acabam por ler outras peças. Tentamos chegar a um maior número de pessoas possível e por isso tentamos simplificar os conceitos, explicar e também ter peças que ajudem as pessoas a enfrentar a crise ou os problemas financeiros. Temos muitas coisas de dinheiro pessoal, de coisas viradas mesmo para o consumidor, ou donas de casa, coisas relacionadas com impostos.

Que limites são impostos ao jornalismo económico?

Acho que há mais desafios ou dificuldades que tu tens que ultrapassar, porque tens que saber perceber os conceitos e perceber o que é que está em causa quando se faz uma notícia de economia para depois consegues destriçá-la e escrevê-la de uma forma simples, para quem vai ler entenda, logo aí é um primeiro desafio, tu não podes escrever lá as coisas sem descodificar porque depois as pessoas não vão entender e isso não é jornalismo. Tu tens que explicar às pessoas o que é que aquilo significa, o que é que aquilo é, qual é o impacto que aquilo tem, e, aí, é o primeiro desafio, acho que é um desafio colocado pelo próprio público, porque é quem vai ler que tem que entender e, muitas das vezes eu vejo um comentário qualquer de algum leitor que se calhar não percebeu aquilo que eu quis explicar e eu vou lá, e acrescento um parágrafo ou dois para explicar melhor, e acho que esse é o principal desafio diário.

Como é alimentada a Agência Financeira? Quais os principais conceitos?

A Agência Financeira faz notícias através de agências noticiosas, como a Lusa, agências internacionais como a Reuters, Boomerang a AFP e também por produção própria, digamos assim. Vamos a eventos, fazemos entrevistas, temos ideias, fazemos pesquisa e depois acabamos por fazer peças nossas.

Que fontes são utilizadas? Qual a relação com as fontes?

É uma relação de equilíbrio e de respeito porque cada um tem o seu território digamos assim, e esse território tem de ser bem respeitado para depois as fontes não pensarem que podem interferir no nosso trabalho como nós também respeitarmos o trabalho dessas mesmas fontes.

Com que áreas o jornalismo económico se relaciona? É uma escolha ou uma necessidade?

Todas as áreas estão interligadas, e portanto, a economia está relacionada com a sociedade por exemplo, quando uma fábrica fecha, isso tem um impacto social mas tem uma causa económica, portanto, as coisas estão ligadas. Muitas das coisas que são discutidas ou são conotadas como sendo da área política são de economia, ou vice-versa, coisas que acabam depois por ser levadas para a esfera da economia ou mesmo para a esfera judicial, basta ver o caso do BPN ou BBP que são bancos, foi um problema meramente financeiro ou económico e que depois acabou por despoletar num caso de tribunal. Todas as áreas estão ligadas e isso não pode ser descorado.

Quais as palavras-chave?

Défi ce, dívida, Orçamento do Estado, orçamento, finanças, impostos, IRS, dinheiro, liquidez, juros, crédito, bancos, mercados, bolsa, poupança.

A quem se destina as notícias de economia? A um público em geral ou a um público-alvo?

Até há uns anos considerava-se que era um público específico, entretanto esta crise veio alargar o público-alvo para um público mais alargado, pessoas que querem saber mais sobre economia e querem perceber as repercussões desta crise e querem saber o que podem fazer para lidar melhor com esta situação. Nós por exemplo, no site da Agência Financeira vemos muitas mais pessoas a lerem notícias consideradas mais sérias. Por exemplo, antes, as pessoas gostavam mais de um fediver, de uma curiosidade ou saber pormenores de como poupar, e agora as pessoas lêem os juros da dívida, lêem o Orçamento do Estado, lêem notícias sobre o défi ce público e nota-se que há uma viragem e que as pessoas estão mais preocupadas e também na abertura dos telejornais há cada vez mais notícias de economia e isso mostra o claro interesse da população por assuntos económicos. Penso que seja por causa do problema que estamos a atravessar.

Consideras a linguagem em jornalismo económico mais difícil ou és fiel à ideia de que “A linguagem jornalística é uma só”?

A mudança no meu ponto de vista acho que se deve à crise, porque as pessoas estão preocupadas, querem saber o que se passa na Europa, o que se passa em Portugal, querem saber porque é que nós estamos a ser alvo da ajuda da Troika, querem perceber como é que essa ajuda funciona, querem saber que impactos é que isso vai ter na vida, no bolso de cada um de nós, querem saber como é que está o emprego, porque estão preocupados, no fundo, com a sua própria vida.

Consideras que o jornalismo económico é a área mais “intimidante da actividade jornalística”?

Sim, eu acho que intimida à partida porque aborda uma série de conceitos com que as pessoas não estão familiarizadas e que se calhar não deram na escola, mas, basta ter um bocadinho de vontade e de olhar, de querer perceber, para começar automaticamente e instintivamente a compreender. Basta queres e despendes um pouco de atenção para uma coisa seja ela qual for, e tu vais conseguir, porque tu queres entendê-la, vais começar a entendê-la, e acho que é o que se passa na economia, por isso, hoje em dia,

eu há uns meses vi que os juros da dívida pública abriram o telejornal e isso para mim deixou-me muito surpreendida porque é uma coisa extremamente específica e que se calhar à um ano ou dois ninguém saberia o que isso era nem estava interessado.

As coisas agora têm um impacto directo na nossa vida e como as pessoas estão preocupadas com o país e pela vontade de quererem saber as pessoas compreendem, mesmo que não percebam como funciona o mercado da dívida, tentam perceber o que é que aquele juro vai implicar, portanto, esta disponibilidade que eu acho que as pessoas estão a ter e quem trabalha nesta área tem de ter, é uma disponibilidade de não dizer assim, ‘ai eu não percebo nada disso e não quero saber’, isso não. Por exemplo, eu não percebo nada de futebol, nem nunca trabalhei em desporto, mas sei que a primeira coisa que eu teria de fazer se trabalhasse em desporto era perceber quem são os clubes, os donos dos clubes, quem são os presidentes, quem são os jogadores, tentar ter uma noção geral de como as coisas funcionam, é essa vontade, é essa disponibilidade, que a economia exige.

Sem fontes o jornalismo não é possível? As fontes utilizadas são sempre credíveis? Ou há erros?

Eu acho que isso depende um bocadinho do percurso de cada pessoa. Há pessoas relacionadas com o jornalismo económico muito técnico, que são muito especializadas em áreas muito técnicas. O jornalismo económico tem muitas variantes, desde bolsa, economia, macro, micro, empresas, impostos, e há muitas pessoas que se especializam numa destas variantezinhas, e aí acredito que para elas vai ser um bocadinho mais difícil despegar-se e mudar de área. Para a maioria das pessoas, eu noto mais dificuldade nas pessoas que vêm de fora e tentam perceber alguma notícia de economia mais específica.

O jornalismo económico comporta em si vários sectores de actividade. É o que lá está, é o que lá está.

Toda a realidade é passível de erros e todo o ser humano é passível de cometer erros. Há sempre probabilidade de te enganares, de leres mal um número e isso pode acontecer. No caso da economia como joga com valores muito altos, em último caso joga com a reputação do próprio país ou, com a saúde, claro que tem um impacto muito maior.

Imagina que são 14 milhões e tu escreves 14 mil milhões, é um erro de zeros mas é um grande erro e pode afectar a vida de muitas pessoas e isso deve ser rapidamente corrigido.

ANEXO 2: Entrevista a Cláudia Lopes, Jornalista de Desporto na TVI

Como defines jornalismo desportivo?

É uma área do jornalismo como há o jornalismo económico, o jornalismo político, portanto, tem uma linguagem própria, obviamente foca-se sobre eventos desportivos, sobre a matéria desportiva, aliás, não faço grandes distinções de géneros jornalísticos, acho que acima de tudo ou tu és jornalista ou não és jornalista. E o jornalista tem obrigação, mesmo sendo desportivo de estar a par de qualquer outra área.

Tens que saber quem é a senhora Angel Merkel, tens que saber quem são os senhores da Troika, tens que ler os jornais diários todos os dias, tens que ler notícias todos os dias, portanto, não sou uma purista em relação às áreas, acho que acima de tudo tens de ser um jornalista.

O jornalismo desportivo utiliza uma escrita diferente dos outros géneros jornalísticos ou a linguagem jornalística é uma só?

Não, tu não podes escrever uma peça de economia como podes escrever uma peça de desporto. Primeiro estás a falar de uma coisa que não tem o mesmo grau de importância, embora as pessoas lhe atribuam um grau de importância, daí, tu tens três jornais desportivos diários, os programas desportivos são os que mais audiências têm em televisão, as pessoas vivem o futebol de forma muito apaixonada e clubística e até muito doente. O que é facto é que o jornalismo desportivo é sobre um espectáculo, permite-te uma linguagem para começar mais adjectivada, tu podes dizer que foi um golo espectacular e não podes dizer que o Vítor Gaspar teve uma intervenção espectacular no Parlamento. Podes adjectivar no desporto, tu podes ter uma linguagem mais metafórica, mais exuberante, quer na colocação da voz, na forma como tu fazes a narração de uma peça. Se nos restringirmos por exemplo à narração de uma peça de um resumo de futebol, é diferente, é uma coisa que eu acho que é mais leve. A matéria de facto daquilo que trata o jornalismo desportivo não tem o peso para a humanidade que tem tu estares a fazer uma coisa sobre o aquecimento global, sobre a economia ou sobre a crise no mundo. É diferente. Não podes tratar com a mesma leveza esses temas. Leveza aqui, não significa que não tenha profundidade ou que não trates as coisas de uma forma séria, mas, permite-te uma linguagem diferente e mais descontraída.

É mito ou verdade que o jornalismo desportivo é encarado como um jornalismo menor face a outros géneros?

Não. É verdade que é encarado assim, isso não tenhamos dúvida. É tratado assim, mas é tratado assim por pessoas que nunca fizeram parte das redacções de desporto de qualquer jornal ou televisão. Se tu fizeres um raciocínio ou uma análise, ainda hoje os principais pivots de muitas estações de televisão foram pessoas que começaram pelo desporto. E porquê? Porque te dá uma bagagem de improviso, de directo, fazeres uma transmissão de um jogo, implica estares uma hora e meia a falar de cor, tu não sabes o que vai acontecer, nem sequer tens um guião como quando vais fazer um congresso de política, não tens um guião com o que vai acontecer, nem sequer os assessores te entregam uma hora antes o discurso do principal orador e tu sabes à partida o que vais tirar. Ninguém te diz num jogo quando é que vai ser golo. Tu tens que estar ali a encher. Eu não acho que seja menor e já tive essa discussão com muita gente. Pela importância que o público lhe atribui, voltamos à história dos três jornais desportivos, se tu fores para a rua fazer o totobola, se fores perguntar o onze do Benfica, do Sporting, do FC Porto, as pessoas sabem melhor do que a constituição do Governo. É o país que temos e é com essa realidade que temos que viver, portanto, para mim não é um assunto menor partindo do princípio que é um assunto que desperta interesse à grande maioria da população.

São os ‘pseudo-intelectuais de sanita’, desculpa a expressão. Há pseudo-intelectuais que não gostam de futebol, que não gostam de desporto e que acham que é uma coisa horrível. Por amor de deus, é uma coisa das massas. A maioria do país é a massa, e é para eles que tu trabalhas. Fazer jornalismo de elite, seja lá que elite for, é um desconhecimento profundo daquilo que é a realidade do teu país, tu não podes fazer um jornalismo de elite quando no teu país a grande maioria da população sofre de literacia, que é a incapacidade de ler e entender um texto, não é só saber ler e escrever, são coisas diferentes. Aliás, no final do ano passado houve alguns episódios por causa do nível de cultura geral até dos universitários, tu tens um país que tem dificuldade em compreender coisas, em ter uma boa cultura geral, portanto, essa cena de fazer para as elites é uma cena porreira mas é uma minoria, para isso tinhas o jornal de letras e coisas do género. Epá... tenham blogues, façam blogues na Net e divirtam-se com as suas minorias.

Qual a importância do futebol no jornalismo televisivo? E as outras modalidades?

Esses atletas não são tão importantes como os jogadores de futebol?

Tu não podes desligar o jornalismo do facto de ser feito para empresas e das empresas visarem o lucro, isso é uma visão isotérica daquilo que é o jornalismo.

O jornalismo está dentro de uma empresa, os jornalistas são funcionários de uma empresa e as empresas vendem os jornais ou têm audiências e portanto voltamos à história das elites e das minorias. A maioria das pessoas em Portugal gosta de futebol, ou pior, gosta dos clubes, dos grandes e vive essa clubite, portanto, quer saber notícias de futebol, ponto.

Tu não podes fazer um produto que ninguém veja ou que ninguém compre. Tu podes fazer um jornal óptimo sobre modalidades mas o que é que isso vende? Zero. Tu tens revistas especializadas, na imprensa tu podes fazer isso. Mas se fores ver a circulação de revistas de ciclismo, de automobilismo, as de automobilismo vendem por causa dos ensaios dos carros, dos testes dos carros e não sei quê, tu tens revistas para quase todas as modalidades. Qual é a tiragem dessas revistas? Qual é a circulação dessas revistas? O grande público nem sequer houve falar. Se tu fores ver, num jornal desportivo diário, 88% ou 90% do jornal é dedicado ao futebol (nacional e internacional), depois há o futsal que é logo a modalidade que ocupa mais e que está ligada ao futebol, e depois vem outras modalidades e vem outras modalidades na ordem dos clubes. Vem o futsal do Benfica e do Sporting, depois vem o basquete ou o andebol do Benfica e do Sporting e depois noutras modalidades onde os grandes não estão, tens que dar outro destaque mas não tem o mesmo peso.

Quais os conceitos-chave do jornalismo desportivo que possam ser encarados como uma escrita mais específica?

Eu acho que não há essa distinção. Tens que ter o rigor, tens que ter a verdade, tens que ter tudo isso que tens no jornalismo, tens que ter no jornalismo desportivo. Talvez a única coisa que se exige a um bom jornalista desportivo é que não traga a sua clubite para dentro das peças. Como tu também pedes a um jornalista de política que não traga a sua opinião política para dentro das peças, mas isso faz parte da isenção.

Mas isso acontece ou o jornalista separa?

Eu acho que a isenção não existe, eu parto do princípio básico que a isenção não existe. A isenção é um objectivo, é uma coisa para a qual tu caminhas, tu tens que ter sempre

essa meta sempre na tua cabeça. 'Eu tenho que ser isento'. Mas, a isenção não existe, porque todos nós fomos educados de uma determinada maneira, temos as nossas construções e tens os teus preconceitos, se quiseses tens os teus filtros para ver a sociedade e portanto tu não consegues vê-la de uma forma nítida, de uma forma completamente limpa, como eu acho.

E depois há aquilo que é o preconceito mais ou menos aceite socialmente. Agora o caso de Beja, o senhor que matou a mulher, a filha e a neta em casa. Ninguém se preocupou em todas as televisões em apelidarem o senhor de monstro, isso não é isenção entendes, mas como a grande maioria das pessoas acha de facto que aquilo é monstruoso, o facto de o jornalista o chamar também, as pessoas não estão nem aí, antes pelo contrário, se tu fosses rigoroso e isento, porque até haver uma sentença transitado em julgado qualquer pessoa é inocente. Há depois aquilo que é o preconceito socialmente aceite. Tu tens que lutar todos os dias contra a isenção, quando é jornalismo desportivo tens que deixar um bocado aquilo que são os teus preconceitos, o teu clube e tudo isso à porta, acho que com o tempo tu vais fazendo isso porque também te desapaixonas, de tanto conheceres a área por dentro e de tanto perceberes como as coisas se fazem, chegas a uma altura que tens um clube porque tens um clube, tens o clube às vezes para embirrar com os colegas, mas não depois para fazeres as peças.

Preconceitos?

É que é um jornalismo menor. Eu acho que é esse o principal preconceito que o jornalismo desportivo atravessa. De que é um jornalismo menor e depois para o público em geral, que nós todos temos uma teoria da conspiração. Nós estamos aqui todos para prejudicar o Benfica, o FC Porto, ou o Sporting, conforme o clube de que as pessoas são, e isso é um preconceito com o qual já vivemos bem. É uma realidade.

Qualquer jornalista faz bem desporto ou não é bem assim?

Eu acho que qualquer pessoa do desporto faz bem outra área, agora o inverso não é verdade. Eu acho que ser jornalista faz parte do ler jornais diários e tudo isso. Se pegarem em alguém da sociedade e mandarem fazer um treino não sabe. Primeiro porque chega lá e vê vinte gajos a correr, não os distingue uns dos outros, e não sabe quem eles são. Tu tens esse problema quando os pivots generalistas têm que improvisar duas linhas que seja sobre o desporto, não conseguem.

Fontes: confiança ou suspeita?

Epá são as nossas fontes de contacto. São os clubes, principalmente clubes. São os clubes, são as federações, são as associações, são os sindicatos, são todas as instituições de que de alguma forma nos estão ligadas. São as tuas fontes, as tuas fontes vêm daí.

Embora eu ache que muitas vezes as fontes do clube nunca é uma fonte, enfim, tem lá os seus “quês” no desporto. Os empresários são fontes, vais um bocado por aí. Hoje em dia, uma ferramenta imprescindível de qualquer jornalista seja qual for a área são as redes sociais. Tu tens os jornais estrangeiros, de repente sai uma notícia em Londres e tu tens ali o Twitter, hoje muito utilizado por todos os meios de comunicação social, por muitos jogadores, já que não tens uma facilidade directa de contacto com os jogadores tens através das redes sociais daquilo que eles colocam, acho que é fundamental sobretudo o Twitter, acho que o Facebook é ainda uma coisa mais pessoal, é uma coisa de fofoque com os amigos e ver quem anda com quem. O Twitter é de facto uma ferramenta de trabalho.

São fontes credíveis ou tem de haver sempre uma suspeita?

Depende, se um jogador na sua conta oficial de Twitter que tu vais seguindo ao longo dos meses, portanto, tudo te dá a entender por aquilo que aparece lá ‘agora vou jantar’ e está aqui a ‘fotografia dos meus filhos’ que aquilo é a conta de Twitter da pessoa, quando ele põe lá um Twitter a dizer, ‘estou muito zangado com o meu treinador porque ele não me pôs a jogar’, tu não tens “obrigação” de ir ver outra fonte, quer dizer, aquilo está escrito na página dele não é. Ele disse aquilo e tu publicas. Depois quando a coisa corre mal no dia a seguir, os clubes têm sempre um comunicado a dizer, não, isto é gerido por um fã, por um amigo, pelo primo, pelo tio, pelo periquito, é sempre gerido por alguém. Obviamente tens sempre o dever de muitas vezes não pões uma notícia na rua quando não tens forma de o confirmar. Por exemplo, eu soube por uma fonte para aí um mês e meio antes do André Villas Boas ir para o Porto que ele ia ser o próximo treinador do FC Porto e tu nunca pudeste dar essa notícia de uma forma credível não a poderias dar, porque ninguém do FC Porto te iria confirmar isso. E eu sabia de fonte absolutamente segura que aquilo ia acontecer. E tu não pões a notícia na rua por muito que saibas que é verdade.

Constrangimentos entre jornalista e fonte?

Excesso de confiança e favores. No futebol os favores pagam-se muito caros, mesmo muito caros. Eu acho que no jornalismo desportivo, sobretudo ao nível dos jornais, eu

não faço amigos ao dizer isto mas é aquilo que eu acho, há uma subserviência muito grande dos jornais em relação aos clubes porque eles precisam sair todos os dias para a banca com aquele número de páginas mínimo, portanto, quando não têm, inventam e fazem-se favores muito grandes. Há conferências de imprensa que se ouvem e tu dizes, esta pergunta foi de encomenda, é de encomenda para fazer brilhar o treinador, e há ali muitos favores. No passado fim-de-semana para grande espanto nosso, o Rui Patrício não é convocado no Sábado no Sporting. O que é que dizia a capa do Record no Domingo? “Ricardo Sá Pinto poupa Rui Patrício”. O título não é aquele. O título é questionares porque é que o Rui Patrício não é convocado. O que é que se passa não é. É que de repente, um jogador que tem sido titular indiscutível na baliza do Sporting nos últimos dois anos, não falhou um jogo, porque é que, de repente tu popas o jogador? Queixas físicas? Que queixas físicas? Ele é guarda-redes. Ele nem sequer tem uma posição de grande desgaste, ele não corre, não anda dali para lado nenhum. É estranho, mas fez-se um favor ao Sporting.

Eu acho que qualquer tipo de dependência é como que com as drogas, é sempre prejudicial à saúde. Tu não seres independente é sempre prejudicial à saúde. É óbvio que a independência dá-te problemas, dá-te queixas na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), dá-te conferências por convite e não deixam entrar nas conferências de imprensa e os clubes fazem sempre esses trinta e uns, mas tu és independente. E tanto publicas quando é para bem como publicas quando é para mal. Os favores pagam-se. Para depois teres aquela caixa a dizer que os jogadores x ou y vêm em primeira mão, para fazeres aquela capa, isso depois paga-se quando é preciso fazer os favores enquanto tu não podes dizer exactamente a verdade ou quando tu não podes questionar as coisas como elas foram e tens que adorar aquilo e dizer que o Rui Patrício é poupado. Paga-se sempre por isso, eu sou sempre a favor da independência. Não tenho amigos como diz o outro. Amigos tenho fora daqui. Aqui não tenho amigos.

O Jornalismo sobreviveria sem fontes e Internet?

Não. Ias dizer o quê? Continuas a ter que ir ao terreno, continuas a ter que conhecer as pessoas, continuas a ter que ter relações com as pessoas, tens que ter bases de confiança. Porque aí não são favores. Se tu tiveres sempre um determinado tipo de comportamento ao longo da tua carreira profissional, se tu cumprires sempre a tua palavra, as pessoas depois acreditam em ti. E quando te dão uma notícia, dizem, isto não pode sair antes da data. Tu só enganas as pessoas uma vez, porque à segunda não acreditam e num meio

tão pequeno como o jornalismo desportivo, todas as fontes se conhecem. Tu só enganas as pessoas uma vez e só enganas uma. Porque depois as outras não se deixam enganar, não consegues viver só da Internet ou dos comunicados dos clubes. Tu tens que ir lá e perguntar, não podes viver sem as fontes.

É espectáculo ou informação?

Eu acho que tem alturas, tem programas e tem momentos em que é aquilo em que eu chamo *infotainment*, que é uma mistura entre informação e entretenimento. Exemplo do futebol americano.

A ironia é usada no jornalismo desportivo?

É uma figura de estilo. É credível. Às vezes tu não podes dizer as coisas preto no branco, porque às vezes o teu próprio interlocutor ou a tua fonte não disse as coisas preto no branco e tu tens que induzir não dizendo para te defenderes até legalmente. É uma forma de induzir as pessoas que te estão a ouvir ou que te estão a ler um determinado raciocínio. Tu és irónico muitas vezes nas perguntas. Não podes fazê-lo à toa, não pode ser uma coisa despropositada.

Quantas caras têm o jornalismo desportivo?

Existem muitas áreas dentro do desporto. Porque tu podes fazer justiça quando vais fazer um julgamento dos fulanos das claques e tens que perceber o mínimo de linguagem jurídica daquilo que estás a falar. Quando fazes uma peça da apresentação do relatório e contas dos clubes, sabes ler para lá do comunicado de imprensa que o clube te manda. Tens que saber ler os números e perceber como é que estão as contas do clube. Tens o desporto puro e duro, tens depois uma peça de *fait-divers*, por exemplo, uma entrevista com um jogador ou vais com o Futre ao Atlético de Madrid à claque, isso e um *fait-divers* não é notícia, mas está tudo dentro dessas caras que tem o jornalismo desportivo.

Quais as notícias mais importantes dentro do jornalismo desportivo? Exemplos.

É sempre o mesmo critério com que tu defines o alinhamento de um jornal. Todos aqueles critérios para definir a notícia têm de estar lá. Tu não vais dar uma peça de internacional a abrir o bloco de desporto no dia em que joga o Benfica contra o FC Porto. Porque a maioria das pessoas o que querem saber é o resultado do jogo.

Pode falar-se na morte do jornalismo?

Não, nem acho que esteja morto. Hoje o jornalismo desportivo tem outras formas, tem outras caras, hoje é um jornalismo muito mais directo porque tu não podes hoje ter uma notícia e guardá-la para amanhã, uma vez que, daqui a dez minutos está nos sites todos. Hoje vives com a globalização sobretudo quando o protagonista é um treinador português mas que está num clube estrangeiro. Tu hoje em dias vives num mundo global, vives um mundo de última hora, um mundo de Twites, mas não deixas de dar notícias.

Não há nenhuma notícia que não possa ser dada num ‘off’. Qualquer notícia, o seu essencial, pode ser dada em duas linhas. As pessoas querem as notícias bem-feitas e decompostas e bem fundamentadas. Tens é que ter diversas abordagens do jornalismo ao longo do dia.

As pessoas não vivem sem jornalismo. As pessoas não vivem sem informação.

Ninguém vive desligado daquilo que se passa à sua volta. A curiosidade é uma característica do ser humano. O ser humano é curioso. As empresas cotadas em bolsa vivem da informação. A especulação vive dos rumores que circulam no mercado. As pessoas, os políticos não podem viver sem os veículos de informação. Se não falavam para o boneco o que para o ego deles era insuportável.

ANEXO 3: Entrevista a Paulo Carriço, Editor de Multimédia da agência LUSA

Qual o papel da Lusa como agência noticiosa na sociedade portuguesa?

A agência Lusa tem um contrato de serviço público com o Estado, é uma agência, isto apesar de ter 51% do Estado. Para nós no dia-a-dia isto funciona como se fosse uma empresa privada, para nós ser do Estado ou não ser é indiferente porque nós temos um contrato de serviço público com o Estado que nos obriga a fazer determinado número de coisas. Entre elas, ter uma rede de correspondentes, nacional e internacional, estar nas ex-colónias portuguesas, ou seja, no âmbito da CPLP, como em África e Timor-Leste, portanto, nós temos delegações, escritórios com jornalistas lá a trabalhar em tudo, que vão daqui, que estão lá destacados, às vezes são contratos de dois ou quatro anos, portanto, e tudo isso tem custos, ou seja, nós com a nossa rede garantimos aos nossos clientes uma cobertura da actualidade nesses locais onde por norma um jornal ou alguma televisão às vezes não tem pessoas e é a maneira mais fácil através de um contrato de serviço público. É evidente que as televisões, os jornais, portanto os nossos clientes pagam para ter o serviço mas é muito menos se tivessem que lá pôr mais, mas depois existe outra parte de componente do serviço público em que nós, há rádios locais, o serviço que é entregue às rádios locais e são milhares, não só em Portugal mas nas comunidades portuguesas do estrangeiro e tudo, na América, Austrália em todo o lado, é uma quantia irrisória aquilo que eles pagam à Lusa, portanto, tem a ver com isso, ou seja, nós só somos cerca de 200 jornalistas, metade estará aqui e outra metade está fora.

Qual a importância da Lusa para os meios de comunicação social?

Há uma coisa que é uma preocupação que nós temos que é. A Lusa só dá uma notícia quando tem a certeza dessa notícia, ou seja, muita das vezes e nós no meio da comunicação social e da globalização que há hoje em dia, estão todos a dar um assunto e nós ainda não demos. Porquê? Porque não temos a certeza, ou seja, isso cria uma certa segurança e uma marca. Quando a Lusa dá e porque é verdade e no meio deste jornalismo e do cidadão em que vivemos hoje em dia, em que qualquer um pode ser jornalista, basta ter um blogue, e mete o noticiário na Net, em que depois podem ou não os órgãos de comunicação social ir atrás e a opinião pública, é bom que no meio disto tudo haja alguém que seja fidedigno, que tenha código deontológico, tenha regras a

cumprir, ou seja, para nós é: o que os nossos clientes esperam de nós é - A Lusa deu é verdade. Portanto, quando a Lusa deu, depois nós também temos uma componente, nós trabalhamos para o cliente, ou seja, tirando as coisas que é o inesperado, nós temos uma agenda diária, seja de fotografia, seja de televisão, seja de texto, onde nós comunicamos aos clientes aquilo que vamos fazer no dia seguinte, ou seja, também serve uma organização interna para eles, por exemplo, com as televisões, sabem que nós fomos com o Primeiro-Ministro hoje ao Montijo e eles só vão se quiserem. Assim como acontece em fotografia ou texto. É uma fonte que eles têm, a Lusa de chave na mão, ou seja, podem usar os conteúdos na íntegra.

Limites?

O limite da Lusa é a verdade. Nós regemo-nos pelo nosso livro de estilo que está ligado ao código deontológico dos jornalistas, nós não difamamos, tudo isso são coisas que fazem parte do nosso livro de estilo que são regras da profissão e outras aqui que temos na Lusa mais apertadas em que fazemos isso, quer dizer, os nossos códigos é o nosso código interno, é o código dos jornalistas e o nosso livro de estilo, portanto, há regras de funcionamento que nós temos. Por exemplo, se tivermos situações de menores, nós não exploramos a imagem do menor, são coisas que vêm do código deontológico. Mas se formos aqui ao nível da Lusa, para nós é obrigatório sempre o contraditório. Por exemplo, nós não damos fontes anónimas aqui na Lusa. Os jornais por exemplo podem dar-se ao luxo de dar fontes anónimas, nós não damos, é uma regra interna, ou seja, as nossas notícias têm sempre fonte.

Nós só damos notícias com fonte. No meio da globalização que há hoje em dia, e da concorrência entre os órgãos de comunicação social em que não é um problema só daqui de Portugal, acontece hoje em dia, e o jornalismo teve muitas transformações nos últimos anos, a Internet começou a transformar um bocadinho e depois aquilo foi aumentando. Eu quando comecei nisto há mais de vinte anos, não havia Internet, portanto a minha vida também mudou no dia-a-dia. E hoje em dia, a proliferação de conteúdos que nos chegam de fontes de informação, de tudo, é tao grande, que é preciso alguém que filtre e nisto há órgãos de comunicação social que têm obrigação de filtrar. Nós na Lusa, e há outras agências que o fazem, não somos únicos, nós só damos o que é verdade, temos fonte. A Lusa só dá porque é verdade. Agora houve um exemplo há pouco tempo em que andavam todas as televisões e alguns jornais e rádios a dizer que tinha havido um golpe de Estado na Guiné. Nós não íamos dizer que eram um golpe de

Estado porque nós não sabíamos que era um golpe de Estado. Nós só utilizamos a palavra golpe de Estado quando soubemos que era um golpe de Estado e só o demos 24 horas depois dos outros todos darem. Porque já aconteceu noutras situações, e quando nós demos a notícia não era bem assim como todos andavam a dizer. É bom haver regas. Isto é uma marca que nós temos, é evidente que todas as casas têm problemas, nós tivemos um há pouco tempo, foi um caso raro mas aconteceu sobre uma questão do Domingos Paciência ter saído do Sporting, foi um caso raro e a direcção da Lusa assumiu logo o erro e internamente as coisas foram tratadas, quer dizer, mas isso contasse por um dedo de uma mão. Eu não me lembro de uma situação destas, isto aconteceu. Mas todos nós lamentamos, porque a imagem da Lusa não pode ser beliscada. Se a Lusa diz é verdade, e essa notícia provou-se que não era verdade, portanto, isto é um mau exemplo, e nós também temos formas internas, também o discutimos internamente, mas nessa situação, eu participei nas discussões também, porque dei a minha opinião, porque sou editor, mas a direcção de informação da Lusa fez o comunicado que fez, anulou a notícia, ou seja, nós próprios temos esse cuidado, nós não queremos é que a credibilidade da Lusa fique manchada.

Como é alimentada a Lusa?

A Lusa tem escritórios em Portugal, além da sede aqui, que está organizada por editorias, sociedade, país, economia, desporto, depois, tem jornalistas próprios, tem as suas fontes, faz os seus trabalhos, as coisas são organizadas. Depois temos delegações, como no Porto, Coimbra, Faro, Açores, Madeira, são delegações nacionais. Além disso, temos correspondentes em todas as capitais de distrito, e há locais em que temos mais do que um. Tudo isso são fontes de informação, ou seja, as nossas notícias são só, nós temos maneiras de que é, desde o assunto do evento de agenda que nos é possível prever e que vamos fazer a cobertura, muitas das vezes esse evento nós antecipamos, vai acontecer, antecipamos, fazemos trabalhos preparatórios e tudo, temos outras coisas que são, os próprios jornalistas que estão no local, que são histórias que eles sabem e que alimentam, isto o mesmo se passa com as nossas delegações no estrangeiro e correspondentes no estrangeiro, ou seja, as fontes são imensas. Isto a nível de texto. Todos os jornalistas já produzem áudios, ou seja, temos um serviço de rádio também que é feito não só com gravadores mas com as câmaras de vídeo também porque o áudio tira-se de lá ou com os telefones que é possível gravar as chamadas internamente com qualidade rápida visando a fonte, portanto, produzimos um áudio, temos uma rede

de fotógrafos que tem fotógrafos em toda a parte do país e pertencemos a uma agência mundial: European Press Photo Journalist, que é uma concorrência da Reuters, Ap, France Press, que tem fotógrafos em todo o mundo. Todos os eventos importantes que acontecem, agora na Guiné temos lá um fotógrafo nosso, as fotos dele até já vêm em inglês, vão para todo o mundo, ou seja, isto no conjunto, há cerca de mil fotografias por dia. Depois temos também os nossos correspondentes fora de Lisboa (em Lisboa também há), quase todos estão equipados com câmaras de vídeo pequenas, são câmaras de vídeo que produzem os conteúdos por Net, mas muitas das vezes a importância é tal que até passa na televisão. São conteúdos que são um projecto que nós chamamos Lusa vídeo. Aa TVI chegou a usar algumas vezes. Para além disso temos a parte da Lusa TV - televisão, que é uma parte em que temos câmaras aqui em Lisboa, que é uma coisa mais centralizada aqui em Lisboa, estamos a tentar também crescer no Porto, fazemos coisas para as televisões, já a pensar nas televisões. Não só coisas combinadas com as televisões que fazemos, como apostas nossas, como reportagens nossas, portanto, tudo isto, hoje em dia, é a nossa produção. E temos outra, que é a produção de infografias animadas, ou seja, mais a pensar na Net, coisas desde macroeconomia, à fórmula 1, passando pelo europeu de futebol.

Relação entre a Lusa e as televisões (caso TVI)?

O contrato que a Lusa tem com as televisões é que as televisões podem sugerir em relação ao dia de amanhã, podem sugerir a cobertura de determinados eventos. Nós recebemos os pedidos de várias televisões e entre os nossos interesses e os interesses deles nós asseguramos que vamos cobrir um determinado evento. Além disso, nós fazemos a nossa própria agenda onde encaixamos os pedidos das televisões, às vezes é possível, outras vezes não é possível, mas a maior parte das vezes até é possível, tenta-se coordenar. Se a TVI pede um trabalho e a RTP pede outro diferente, mas a TVI tem maior interesse naquele que a RTP também pede, fazemos só aquele que querem as duas, isso é uma coisa normal. É o único serviço da Lusa que é feito de acordo com o cliente, que ele já nasceu assim. O texto, a foto, os clientes não pedem, os clientes vêm a nossa cobertura. Mas isto da televisão tem um misto, tem essa parte e tem outra parte que são as nossas produções, ou seja, nós fizemos uma entrevista ao presidente do Sporting que é a que tem estado a passar nas televisões todas, estão todos a passar, é nossa, ou seja, aqueles conteúdos nossos também são as nossas apostas. Este fim-de-semana andou a passar isso do presidente do Sporting e andou a passar um trabalho que

nós fizemos em Monção que tem as bombas de gasolina mais baratas do país. São histórias nossas, que só soubemos porque existe um correspondente num local que a sabe, é a vantagem de ser correspondente. A única coisa que eu tive que fazer foi deslocar os meios de televisão que tenho do Porto para ir a Monção, ou seja, nós fizemos essa história. O que é que as televisões têm com isto? Têm a garantia de que o que é combinado com eles nós fazemos, mas também histórias importantes, nós damos essas histórias.

Relação da Lusa com os jornalistas da TVI?

Acho que está estável. A nossa relação é boa. Agora, há sempre uma preocupação que eu tenho que é, por causa de poder haver alguns estigmas que possam ferir, eu tento que os nossos produtos sejam o mais profissional possível. Uma das coisas que eu me preocupo, porque as televisões se queixavam, é, ter planos de corte. Imagina que nós fazemos uma conferência de imprensa do Jerónimo de Sousa, uma câmara só a fazer o discurso todo, porque o que ele diz no início e o que diz no fim pode interessar de maneira diferente às três televisões, nós temos que fazer o discurso todo. Ora, gravar planos de corte enquanto fazes o discurso todo não é fácil. Muitas vezes temos que ir antes, às vezes esperar um bocadinho depois. Mas a minha preocupação é ser profissional e ter qualidade. Ainda hoje estava a haver um problema que não acontece em todas as televisões que eu julgo que era técnico o problema, porque não estava a aparecer com muita definição em duas televisões. Numa aparecia bem e em duas não aparecia bem a entrevista do presidente do sporting. Pode ser problema de codecs das televisões, ou seja, a minha relação com as televisões não é só de cliente mas também há aqui uma relação da minha preocupação, como eles transmitem o nosso produto.

Como chegam aqui as notícias? Qual o processo de selecção da informação.

A Lusa está organizada por editorias e cada editor é responsável pela sua área. Por exemplo, a sociedade que tem incluída a cultura, saúde, o ambiente, tem educação, quer dizer, é uma decisão do próprio grupo de editores que trabalham lá. Tudo isto é discutido. Ainda hoje estivemos a discutir Guiné. A situação da Guiné, mandamos fotógrafos também para a Guiné, estamos a tratar da Guiné, quer dizer, há assuntos que discutimos entre todos.

Os assuntos do dia-a-dia para um editor da sua área é fácil de eleger, agora, nós temos três reuniões por dia. Temos uma reunião de manhã às 9h mais ou menos, onde se tenta

perceber o que está a acontecer de novo, de actualidade, para onde é que temos que disparar, que o assunto é este. Sei lá, hoje eram os ovos, era a questão dos ovos que era a manchete do jornal “I”. Por causa das regras comunitárias vamos produzir menos ovos, vamos ter que deitar fora mais galinhas porque não há condições para as ter, ou seja, isso é um assunto do dia, quer dizer, há que seguir isso. Mas depois também há as coisas da actualidade, do dia-a-dia. Se há uma coisa importante de saúde, o editor da sociedade tem que se preocupar com isso. A selecção é feita por editorias, pelo editor da área, por isso é que nós nas secções temos editores, não temos chefes. Mas é o editor, ele é o responsável editorial. Tem liberdade para isso. Depois temos outra reunião ao 12h onde planeamos a três dias, temos o dia seguinte e mais dois, e temos uma reunião às 18h que é uma conversa mais rápida com as coisas de última hora.

Nós estamos organizados, além disso temos uma agenda, que deve ser a melhor agenda que eu conheço do país, que é uma agenda que chega a ter 400 itens por dia, dividido por editorias, onde uma equipa de pessoas que tem editor também de agenda, onde recebe a informação toda e organiza uma agenda sobre os eventos todos, não só eventos do Presidente da República ou do Ministro ir ali, ou vai ver o colóquio sobre isto, ou sobre aquilo, mas também mete coisas de actualidade. Esta semana discute-se a lei do tabaco na Assembleia, o que nos leva muitas vezes a preparar trabalhos sobre a lei do tabaco, ou seja, tudo isto é um trabalho de equipa.

Pode dizer-se que há dependência da notícia em relação às fontes noticiosas?

Claro. Um bom jornalista tem que ter fontes.

Quando o jornalista não acredita na fonte deixa de ser fonte. Já há uns jornalistas que deixaram de acreditar em fontes. No nosso o que aconteceu no caso do desporto foi a fonte que enganou o nosso jornalista. Aquela pessoa que eu nem sei que é porque a fonte não é divulgada pelo jornalista, não sei quem é, mas para aquele jornalista, aquela pessoa nunca mais será fonte. Agora, cada um é que avalia as suas fontes. Eu tenho as minhas fontes. Aquelas que eu tenho, eu acredito nelas. As que não acredito não lhe meto rótulo de fonte, é uma pessoa que diz umas coisas.

Erro de notícia.

Por aquilo que eu falei com o jornalista, ele foi enganado. Ele foi utilizado involuntariamente. Ele foi utilizado.

Então, a fonte deixou de ser fonte?

Claro, deixou de ser fonte. Como é que esse jornalista que deu aquilo que deu, como é que ele pode aceitar que aquela pessoa mais alguma vez seja fonte dele?

Nesse sentido é fácil arranjar outra fonte ligada a esse meio?

Sim, o jornalista não tem uma fonte só de uma área. Os jornalistas que fazem saúde, as fontes deles não são sempre as mesmas. Têm várias fontes, têm várias áreas.

Quando uma fonte erra nunca mais se deve confiar?

É assim, eu não sei o que os outros jornalistas fazem, eu estou a dizer o que acho que é razoável e que aconteça e daquilo que eu conheço e deste caso, uma fonte que engana o jornalista, não pode ser fonte. Não estou a ver outra maneira. A boa relação da fonte com o jornalista depende da credibilidade e confiança. E cada jornalista deve avaliar também o que a sua fonte diz. Todas as vezes quando a fonte diz, deve dar provas.

Nós há assuntos mais delicados que só noticiamos quando temos documentos na posse do nosso jornalista. Muitas da notícias de justiça que nós damos, é porque os nossos jornalistas que fazem justiça têm boas fontes, ou seja, são fontes seguras que lhes dão. Isso é fundamental.

O mundo da globalização em que o jornalista/ cidadão cada vez nasce mais nos conteúdos da Net, é bom ver alguém como a Lusa, o que a Lusa diz é verdade.

Quando foi este caso do desporto, o pivô da TVI (Sousa Martins) que estava a apresentar o programa 'Prolongamento', ele estava nessa noite a ler a notícia, estava-se nesse dia a discutir o despedimento do Domingos, ele estava a ler a notícia e os comentadores que lá estavam diziam que isso não era possível, e ele disse: 'É a Lusa que está a dizer', ou seja, ele dá como verdade, se a Lusa diz é verdade, quer dizer, e isso nunca pode ser posto em causa.

Há regras, nós temos regras. Os órgãos de comunicação social todos tem regras. Depois uns são mais premiados e outros são menos. Nós tentamos aqui ser mais rígidos mas eu por exemplo tenho alguma dúvida sobre uma coisa que nós fazemos que não sei se devíamos fazer ou não que é - Há um julgamento qualquer de uma figura que é acusada e até ser acusada é inocente não é. Será que vamos mostrar a imagem da pessoa ou não mostramos? Aquelas mais mediáticas a gente até mostra. Às vezes vê-se aquela imagem em que se protege os polícias e não se protege o arguido. Mas o arguido não é um

condenado. Às vezes pode ser absolvido e a cara dele foi exposta. Mas isso é outra discussão. Eu próprio não tenho certezas, porque há coisas que são inevitáveis não é. Já houve coisas com o consentimento da pessoa que a gente não fez. Uma vez dizem-nos que não podemos filmar as crianças e outras vezes podemos. Eu decidi que não se mostra. Eu lembro-me aqui há uns anos no ‘Público’, houve um colega meu que fez uma reportagem no estabelecimento prisional de Lisboa e fotografou um dos reclusos e o recluso a seguir meteu o jornal em tribunal por causa da imagem dele. Ele tinha autorizado, não ganhou nada, portanto, isso era a palavra dele contra a do fotógrafo.

Isto há sempre aqui uma fronteira, mas no meio desta fronteira, é preciso gerir, ter cuidados, identificar como jornalista. Nós por exemplo, uma das regras que temos, nós não podemos ir a um sítio qualquer e fazer um trabalho clandestino e depois escreve-lo. É regra nossa, temos que nos identificar sempre como jornalista. Os jornais fazem isso que é: uma pessoa anónima tenta saber quais são as condições que os bancos estão a fazer e depois escrevem. Nós não. Por lei interna não podemos. Nós para qualquer coisa temos que nos identificar como jornalistas.

Conseguem gerir toda a informação?

Nós estamos organizados assim - A madrugada é assegurada por Macau, entre a 1h da madrugada e as 6h da manhã são dois jornalistas que estão em Macau sempre, eles são quatro, são sempre dois a assegurar a madrugada. Durante a madrugada nós também recebemos das agências AP e France Press, o que é que esta a acontecer no Mundo. Nós também vendemos o nosso serviço a outras agências, e eles controlam isso tudo. A partir das 6h da manhã até por volta das 9h/10h da manhã há um editor e jornalistas que tratam dos assuntos da manhã. A partir das 9h as editorias chegam e vão até as 19/20h. Mas também existe um editor da noite que normalmente entra às 18h com uma equipa e assegura até à 1h da madrugada. E depois há aquela vida de correspondente que não tem hora. Pode não ter nada hoje e amanhã ter muito. Mas isso é a vida de correspondente. Ou seja, a informação é assim. Uma vez lideramos nós e depois também damos todos uns atras dos outros. Hoje o “I” fala de ovos, toda a gente fala de ovos. Isto é um bocado assim. Isto é a globalização.

Agora nós tentamos liderar porque temos uma redacção grande, estamos em sítios onde eles não estão, mantemos a informação e temos jornalistas focados em vários temas.

ANEXO 4: Código Deontológico dos Jornalistas

CÓDIGO DEONTOLÓGICO DO JORNALISTA³⁸

*Aprovado em 4 de Maio de 1993,
em assembleia geral do Sindicato dos Jornalistas*

1. O jornalista deve relatar os factos com rigor e exactidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso. A distinção entre notícia e opinião deve ficar bem clara aos olhos do público.
2. O jornalista deve combater a censura e o sensacionalismo e considerar a acusação sem provas e o plágio como graves faltas profissionais.
3. O jornalista deve lutar contra as restrições no acesso às fontes de informação e as tentativas de limitar a liberdade de expressão e o direito de informar. É obrigação do jornalista divulgar as ofensas a estes direitos.
4. O jornalista deve utilizar meios leais para obter informações, imagens ou documentos e proibir-se de abusar da boa-fé de quem quer que seja. A identificação como jornalista é a regra e outros processos só podem justificar-se por razões de incontestável interesse público.
5. O jornalista deve assumir a responsabilidade por todos os seus trabalhos e actos profissionais, assim como promover a pronta rectificação das informações que se revelem inexactas ou falsas. O jornalista deve também recusar actos que violentem a sua consciência.
6. O jornalista deve usar como critério fundamental a identificação das fontes. O jornalista não deve revelar, mesmo em juízo, as suas fontes confidenciais de informação, nem desrespeitar os compromissos assumidos, excepto se o tentarem usar para canalizar informações falsas. As opiniões devem ser sempre atribuídas.

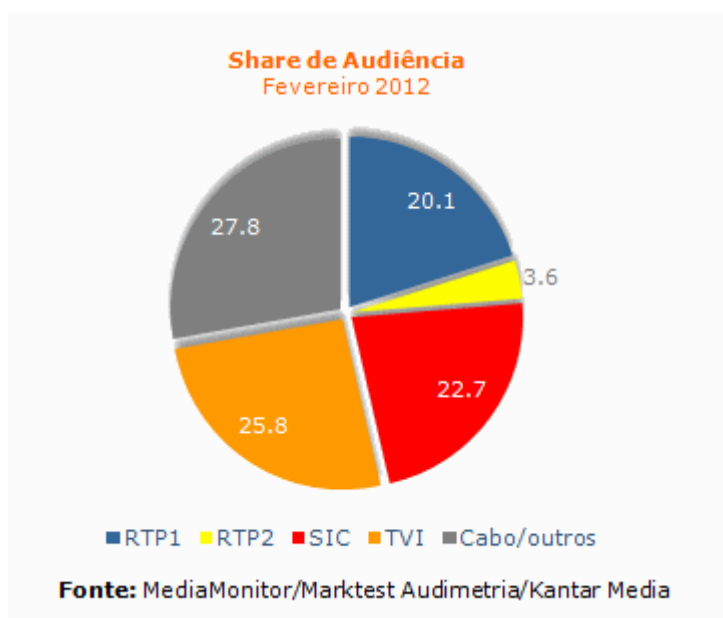
³⁸ http://www.rtp.pt/web/organizacao/codigo_deontologico_jornalista.htm

7. O jornalista deve salvaguardar a presunção de inocência dos arguidos até a sentença transitar em julgado. O jornalista não deve identificar, directa ou indirectamente, as vítimas de crimes sexuais e os delinquentes menores de idade, assim como deve proibir-se de humilhar as pessoas ou perturbar a sua dor.
8. O jornalista deve rejeitar o tratamento discriminatório das pessoas em função da cor, raça, credos, nacionalidade ou sexo.
9. O jornalista deve respeitar a privacidade dos cidadãos excepto quando estiver em causa o interesse público ou a conduta do indivíduo contradiga, manifestamente, valores e princípios que publicamente defende. O jornalista obriga-se, antes de recolher declarações e imagens, a atender às condições de serenidade, liberdade e responsabilidade das pessoas envolvidas.
10. O jornalista deve recusar funções, tarefas e benefícios susceptíveis de comprometer o seu estatuto de independência e a sua integridade profissional. O jornalista não deve valer-se da sua condição profissional para noticiar assuntos em que tenha interesse.

ANEXO 5: Grupo Marktest: Audiências³⁹

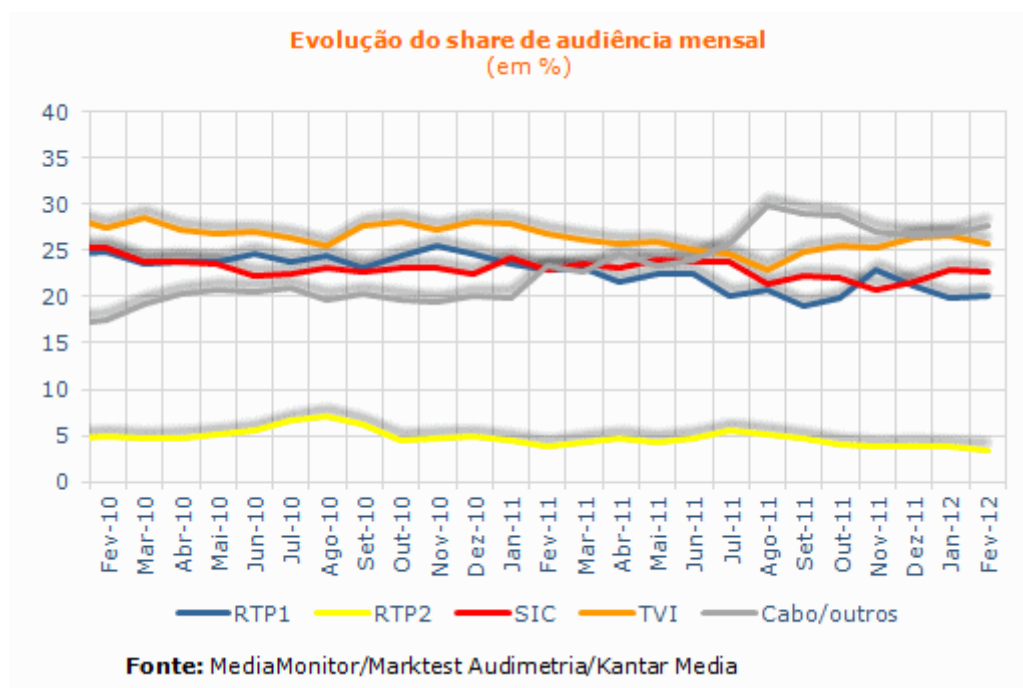
Audiências Tv em Fevereiro de 2012

Em Fevereiro de 2012, a TVI obteve 25.8% de share de audiência, a SIC alcançou 22.7%, a RTP1 obteve 20.1%, a RTP2, 3.6% e o cabo e outros canais 27.8%, segundo os dados da Marktest Audimetria/Kantar Media/MediaMonitor.



O gráfico mostra a evolução mensal do share de audiência para os últimos 24 meses. Constata-se que o conjunto de canais cabo e outros se mantém com valores acima dos canais nacionais de sinal aberto.

³⁹ <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1937.aspx>



No top 15 programas mais vistos em Fevereiro, encontramos sobretudo transmissões de futebol e programas relacionados, com 9 exibições. Contam-se ainda três programas de informação, duas novelas e o programa de entretenimento da TVI, "A tua cara não me é estranha".

Na lista dos 15 programas mais vistos neste mês, sete foram exibidos pela TVI (entre os quais, a 4ª posição), seis passaram na SIC (entre os quais, a 2ª e 3ª posições) e dois foram transmitidos pela RTP1 (em 1º e 10º).

A transmissão pela RTP1 do jogo de preparação para o Mundial 2012 entre a selecção nacional e a polaca foi o programa mais visto no mês, ao registar 19.8% de audiência média e 47.2% de share de audiência no dia 29.

A transmissão do Benfica x Marítimo a contar a Taça da Liga ocupou a segunda posição, com 18.3% de audiência média e 42.8% de share de audiência. O jogo foi exibido dia 5 pela SIC.

Na terceira posição ficou o Fc Porto x Manchester City, para a Liga Europa, que alcançou 17.9% de audiência média e 41.4% de share de audiência numa transmissão da SIC de dia 16.

Em quarto ficou o programa de entretenimento da TVI, A Tua Cara Não Me É Estranha, que obteve 17.3% de audiência média e 53.9% de share de audiência no dia 19.

A encerrar a tabela dos cinco mais visto do mês, ficou a transmissão pela SIC do jogo entre o Sporting e o Legia Varsóvia, a contar para a Liga Europa, que obteve 17.1% de audiência média e 38.8% de share de audiência no dia 23.

Top Programas Janeiro 2012						
#	Canal	Dia	Hora início	Programa	Rat%	Shr%
1	RTP1	29	19:35:48	A Selecção - Jogo de Preparação: Polónia x Portugal	19.8	47.2
2	SIC	5	20:27:15	Futebol - Taça da Liga: Benfica x Marítimo	18.3	42.8
3	SIC	16	20:02:16	Futebol - Liga Europa: Fc Porto x Manchester City	17.9	41.4
4	TVI	19	21:44:53	A Tua Cara Nao Me É Estranha	17.3	53.9
5	SIC	23	20:02:43	Futebol - Liga Europa: Sporting x Legia Varsovia	17.1	38.8
6	TVI	11	20:27:44	Futebol - Primeira Liga: Benfica x Nacional	15.7	40.1
7	SIC	4	20:27:48	Futebol - Taça Da Liga: Sporting x Gil Vicente	15.6	37.7
8	TVI	6	21:40:56	Doce Tentação	13.9	33.8
9	TVI	26	20:19:29	Jornal das 8	13.9	32.5
10	RTP1	27	19:59:54	Telejornal	13.3	31.5
11	TVI	26	18:12:27	Futebol - Primeira Liga: Sporting x Rio Ave	13.0	37.6
12	SIC	19	19:59:59	Jornal da Noite	12.9	31.3
13	TVI	26	20:09:05	Futebol - Primeira Liga: Flash Interview	12.1	28.9
14	TVI	3	22:47:26	Remédio Santo	11.9	34.8
15	SIC	16	22:01:24	Liga Europa: Os Homens do Jogo	11.5	27.2

Fonte: MediaMonitor

Esta análise foi realizada com base em dados da Marktest Audimetria/Kantar Media e da MediaMonitor, através da Markdata Media Workstation (MMW)/Telereport.

ANEXO 6: TVI – Maio 12 ⁴⁰

70 MESES CONSECUTIVOS NA LIDERANÇA

Com o encerramento do quinto mês de 2012, a TVI volta a liderar o consumo de televisão de acordo com a Marktest/Kantar Media: uma quota de audiência de **27,6%** considerando a totalidade dos canais generalistas e temáticos (TTV).

Este valor indica que a TVI foi a única estação generalista a aumentar a sua quota de penetração sobre o mês anterior (2,1%). Regista-se igualmente uma variação positiva de 6,5% sobre o mês homólogo de 2011.

A 6,1% pontos percentuais de distância ficou a SIC (21,5% no mês), seguida da RTP1 com 18,7% e RTP2 com 3,0%. O conjunto dos canais temáticos (+150) obteve uma quota de audiência de 29,3%.

SHARE

ALL-DAY	ABRIL	MAIO	VARIAÇÃO
RTP1	18.8	18.7	-0.4
RTP2	3.2	3.0	-7.2
SIC	22.7	21.5	-5.4
TVI	27.0	27.6	2.1
Cabo/Outros	28.3	29.3	3.4

PRIME-TIME	ABRIL	MAIO	VARIAÇÃO
RTP1	16.8	16.7	-0.2
RTP2	2.9	3.0	3.8
SIC	25.1	22.8	-9.3
TVI	30.6	31.9	4.3
Cabo/Outros	24.7	25.6	3.8

Fonte: Marktest Audimetria/Kantar Media, mercado canais generalistas e temáticos

⁴⁰04/06/2012: <http://www.mediacapital.pt/p/493/article/833/70-meses-consecutivos-na-lideranca/>

No horário nobre de televisão (20-24 horas), a TVI aumentou a sua quota de audiência ao ficar com 31,9%, ficando 9,1 pontos percentuais acima da estação em segundo lugar, a SIC, a qual obteve 22,8%, seguida da RTP1 que obteve no horário nobre uma quota de 16,7%.

Na totalidade do ano de 2012, e decorridos cinco meses, a TVI regista uma quota de audiência de 26,7% no total do dia e 30,0% em prime-time.

ANEXO 7: Alguns exemplos dos trabalhos realizados na Agência Financeira

1 - Media e Tecnologia

Computador já reproduz textos sem ajuda humana

Novo «software» informático permite a criação de textos sem a intervenção humana

A empresa norte-americana Narrative Science desenvolveu um «software» com programas informáticos capazes de reproduzir textos sem a ajuda do homem.

De acordo com a agência Lusa, os novos programas utilizam uma gramática perfeita que permitem transformar a informação em bruto em artigos em tempo real.

«A nossa tecnologia produz novas histórias, relatórios sobre a indústria, títulos e mais, em escala e sem escrita ou edição humana», adiantou a Narrative Science no seu portal «online».

A investigação demorou cerca de dez anos e o novo «software» está agora pronto a ser utilizado.

2 - Economia

Crise passa ao lado do negócio dos telemóveis

Inquérito do Observatório Cetelem mostra que 16% dos consumidores investem neste equipamento

Numa altura de recessão económica, os consumidores portugueses continuam a investir em telemóveis. Um inquérito realizado pelo Cetelem mostra que o telemóvel ainda é um bem essencial, uma vez que 16% dos consumidores mostraram intenção de adquirir este equipamento nos próximos meses.

Contudo, quando comparamos os resultados deste ano com os valores obtidos em 2010, onde o consumo dos portugueses em telemóveis foi de 21%, verificamos que as intenções de compra são mais moderadas.

Do estudo feito pelo Cetelem, destacam-se ainda para as viagens/ lazer que representam 22% das prioridades de consumo dos portugueses.

Segundo Conceição Caldeira Silva, a responsável pelo Observador Cetelem em Portugal, «O facto do consumo dos telemóveis se manter entre as preferências de consumo dos portugueses, é justificado em grande parte por estarmos em pleno regresso de férias e, consequente, regresso às aulas e/ou trabalho».

No que respeita a intenções de compra futuras menos prováveis, o Observatório destaca os automóveis, os bens imobiliários e as motos/scooters, todos produtos de grande investimento.

Este estudo foi aplicado a 600 indivíduos de Portugal Continental, de ambos os sexos, dos 18 aos 65 anos, entre 27 e 29 de Junho de 2011 e contou com a colaboração da Nielsen.

3 - Finanças

Seguros: reclamações dispararam quase 30%

Queixas aumentam 28% só no primeiro semestre de 2011

Os clientes das seguradoras estão cada vez mais insatisfeitos. As reclamações dispararam quase 30% só nos primeiros seis meses deste ano.

«O aumento do número de reclamações registado neste primeiro semestre do ano não deverá ser interpretado como sinal de degradação da qualidade do serviço prestado pelos operadores, antes, poderá encontrar justificação na multiplicidade de meios que o consumidor de seguros encontra hoje ao seu dispor para apresentar uma exposição, bem como na utilidade que reconhece aos mesmos», divulgou esta segunda-feira o Instituto de Seguros de Portugal (ISP), citado pela Lusa.

Segundo Fernando Nogueira, líder do ISP, foram registadas 5.298 reclamações durante os primeiros seis meses de 2011, o que levou a um aumento de 28,4 por cento em relação ao mesmo período de 2010, sendo que em quase metade dos casos a razão foi dada aos clientes.

«A subida do número de reclamações também está ligada à criação obrigatória por todos os operadores da figura do gestor de reclamações e do Provedor do Cliente», acrescentou o líder da entidade seguradora.

Os ramos Não Vida (84,4% dos casos), com destaque para o seguro automóvel e para o seguro de incêndio, foram os mais afectados, com a maior parte das reclamações.

No que respeita às matérias objecto de reclamação, 67,7% das reclamações ocorreram no quadro da gestão de um sinistro. «Em 47,3% dos processos de reclamação apresentados, as pretensões dos reclamantes foram satisfeitas», revelou o ISP.

Na área da actividade de supervisão, o Instituto de Seguros de Portugal levou a cabo 522 acções de supervisão entre os meses de Janeiro e Junho deste ano, o que conduziu ao cancelamento de .381 registos de mediadores de seguros, tendo sido suspensos 963.

As irregularidades identificadas no primeiro semestre pelo ISP levaram à emissão de 133 recomendações e 152 determinações específicas.

As sanções aplicadas e transitadas em julgado totalizaram 45 casos, com destaque para as coimas aplicadas em sede de processos na área da mediação de seguros e da regularização de sinistros do ramo automóvel, no valor de 51.500 euros e de 27.000 euros, respectivamente.

4 - Empresas

Malas «Vuitton» mais perto dos portugueses

Multinacional francesa conta já com 40 funcionários em Ponte de Lima

As mulheres portuguesas já podem usufruir de alguns dos acessórios mais requisitados na moda francesa.

A fábrica da Louis Vuitton, uma das mais prestigiadas marcas no mundo das malas instalou-se em Ponte de Lima.

A empresa, especializada na produção de bolsas feitas em couro, adquiriu uma antiga fábrica têxtil em Calvelo, no concelho de Ponte de Lima. O espaço está agora a ser reabilitado e a empresa já gastou cerca de 6,7 milhões de euros .

Neste momento, a multinacional conta com 40 trabalhadores mas espera criar mais 500 postos de trabalho. «Estão a terminar as obras de reconstrução do imóvel para poder contratar com força as tais centenas de funcionários, até ao final de 2012», explicou o presidente da Câmara de Ponte de Lima, Vítor Mendes, em entrevista à «Rádio Renascença».

Segundo Vítor Mendes, a empresa escolheu instalar-se no município de Ponte de Lima devido aos benefícios fiscais que a autarquia decidiu manter no próximo ano.

A produção em pleno da marca Vuitton arranca já no próximo mês de Outubro.

5 - Economia

Primeira pastelaria «low-cost» do país abre hoje

Confecção de bolos e pães é feita por estudantes a baixo custo em Oliveria de Azeméis

É já a partir desta quinta-feira que os mais gulosos vão poder comer bolos a baixo custo.

Low-Costa.Come» é a primeira pastelaria a seguir o conceito low-cost em Portugal.

A confecção dos produtos é feita por alunos que têm aulas de pastelaria e panificação.

Posteriormente, os pastéis serão vendidos a baixo custo.

«A pastelaria estava fechada e sem utilização, mas passou a funcionar como local das aulas práticas e decidimos que o melhor era também a usar para pôr à venda todos os pastéis que aqui vão ser feitos ao longo do curso», explicou Paulo Costa, professor do Curso de Educação e Formação em Pastelaria e Panificação, citado pela Lusa. O docente na Escola Secundária Ferreira de Castro é também autor deste projecto «relâmpago».

Ao fim de dois, os alunos que conciliaram o currículo escolar com as aulas práticas de pastelaria conseguem assegurar o 9º ano de escolaridade, o que lhes permite aceder à carteira profissional de pasteleiros.

O projecto desenvolvido por Paulo Costa envolve várias parcerias com outras entidades locais, nomeadamente ao nível da cedência de equipamento industrial para a produção em quantidade. «Em tempos de crise, não é coisa pouca comprar bolos a metade do preço que eles custam noutros sítios», acredita o docente.

Os croissants e outros bolos vão cuscar 40 cêntimos, à semelhança do café. O pão, por sua vez, será vendido a sete cêntimos e rissóis e outros salgados a 50, enquanto os bolos de aniversário serão confeccionados ao preço de 5.99 euros por quilo.

Na pastelaria, os copos e pratos vão ser de papel para evitar a contratação de empregados para lavar a loiça e os clientes terão de levar as suas coisas para a mesa. A ideia é poupar ao «máximo».

6 - Empresas

«Geração à Rasca» já tem jornal «à maneira»

Pela primeira vez, um jornal sai do ambiente de uma redacção, para o interior de uma faculdade

Os jornalistas não transmitem apenas notícias. Eles também sabem surpreender e ser notícia. Exemplo disso é a criação de uma nova publicação na Internet, o P3. O projecto, que arranca esta quinta-feira, nasceu no «Público» e foi feito à medida da «Geração à Rasca».

«O P3 é um projecto de jornalismo multimédia, um novo site de informação generalista para um público mais jovem que está arredado do consumo da informação em papel e que começa também a estar cada vez mais arredado da informação generalista dos sites», informou o director do projecto, Amílcar Correia, cita a Lusa.

O novo site de jornalismo vive da diferença mas não muda a igualdade - «Tratamos tudo por tu, porque o P3 também é teu».

A nova plataforma resultou de uma parceria entre o «Público» e a Universidade do Porto e o Instituto de Engenharia de Sistemas e Computadores (INESC Porto).

O P3 pretende tratar a actualidade com outra audácia, sem a preocupação da notícia de última hora. «Seremos sérios e não maçadores. Credíveis e irreverentes».

Pela primeira vez, o P3 surge como um jornal digital de informação generalista para uma faixa etária cada vez mais representativa em Portugal.

Agora o lema é outro: já não há barreiras entre emissor e receptor. A regra é partilhar.

«O P3 inclui ainda uma série de funcionalidades como a possibilidade de personalização das escolhas, a capacidade de integrar uma comunidade de leitores, de rapidamente partilhar conteúdos nas redes sociais, de guardar matérias para ler mais tarde ou de aceder a artigos através de um mosaico».

A par do lançamento da nova versão beta, hoje o «Público» comemora 16 anos da sua versão online.

ANEXO 8: Alguns exemplos dos trabalhos realizados na editoria de Desporto

Peças para TV

1) PIVOT:

HÉLDER RODRIGUES JÁ ESTÁ EM LISBOA.

O PILOTO PORTUGUÊS CONQUISTOU PELO SEGUNDO ANO CONSECUTIVO O TERCEIRO LUGAR NAQUELA QUE É A PROVA MAIS DIFÍCIL EM TODO-O-TERRENO.

===SEGUE PEÇA===

Parece fácil mas não o é... Bem pode dizê-lo Hélder Rodrigues.

O Campeão Mundial em Todo-o-Terreno voltou a conquistar o pódio no Rali Dakar de 2012.

Uma vitória dura, mas não impossível.

VIVO 1

O Campeão Mundial espera continuar a evoluir para alcançar o primeiro lugar no pódio... Mas os tempos avizinham-se difíceis... Sozinho, Hélder Rodrigues não consegue alcançar o sonho.

VIVO 2

O piloto português já está em casa... Mas não para descansar... Hélder Rodrigues já traça objectivos e o próximo passo é o Campeonato do Mundo no Dubai.

2) PIVOT:

O NOVO ANO MARCA O REGRESSO DE KIMI RAIKKONEN AOS CARROS.

O CAMPEÃO DO MUNDO EM FÓRMULA 1 NÃO COMPETIA DESDE 2009.

===SEGUE PEÇA===

É conhecido como o Homem do Gelo... Mas desde 2009 que não rodava aos comandos de um Fórmula 1.

O finlandês de 32 anos conta já com 18 vitórias mas quer superar a marca.

No regresso, Kimi Raikkonen conduziu um Renault R30 no Circuito em Valência.

VIVO

O piloto foi Campeão do Mundo em 2007 pela Ferrari...Em 2003 e 2005 sagrou-se Vice-Campeão com a MC Laren.

Raikkonen vai representar a Lotus Renault na nova temporada.

3) PIVOT:

TELMA MONTEIRO JÁ CHEGOU A LISBOA.

A JUDOCA PORTUGUESA CONQUISTOU PELA PRIMEIRA VEZ NA CARREIRA A MEDALHA DE OURO NAQUELE QUE É CONSIDERADO UM DOS TORNEIOS MAIS PRESTIGIADOS DO CIRCUITO MUNDIAL DE JUDO.

===SEGUE PEÇA===

Telma Monteiro soma e segue!

Com apenas 26 anos a Judoca Portuguesa conta com vários títulos internacionais...Prata, Bronze e agora Ouro.

Em apenas nove segundos...Telma Monteiro levou ao tapete a Campeã do Mundo na categoria de -57 kg.

VIVO 1

Telma Monteiro não se fica por aqui.

A Judoca portuguesa pensa já no próximo desafio...A qualificação para Londres.

VIVO 2

A mais recente medalha de ouro alcançada em Paris reforça o terceiro lugar de Telma Monteiro no ranking Mundial.

Off's em Jornalismo Desportivo

1) ===PIVOT===

ÉDER, JOGADOR DA ACADÉMICA ESTÁ SOB ALÇADA

DISCIPLINAR DO CLUBE. O JOGADOR APARECEU HOJE PARA TREINAR MAS NÃO O DEIXARAM.

ERA UM DESFECHO AGUARDADO, JÁ QUE ÉDER FALTOU AOS DOIS PRIMEIROS TREINOS DA SEMANA SEM AUTORIZAÇÃO, ENQUANTO O MERCADO DE TRANSFERÊNCIAS AINDA ESTAVA ABERTO.

===OFF===

O JOGADOR APARECEU NO TREINO ACOMPANHADO DO SEU ADVOGADO A QUEM FOI INFORMADO DO PROCESSO DISCIPLINAR. ENQUANTO ESTE DURAR, NÃO PODERÁ FREQUENTAR AS INSTALAÇÕES DO CLUBE. RESCISÃO POR JUSTA CAUSA PODE SER O DESFECHO DESTE PROCESSO. A ACDÉMICA, RECORDE-SE, VAI APRESENTAR QUEIXA NA FIFA POR ALICIAMENTO E VAI TENTAR TAMBÉM UMA ACÇÃO NA JUSTIÇA PORTUGUESA PARA RECLAMAR UMA INDEMNIZAÇÃO ATÉ SEIS MILHÕES DE EUROS.

2) === PIVOT ===

AUGUSTO INÁCIO É O NOVO TREINADOR DO VASLUI.

O TÉCNICO PORTUGUÊS JÁ ASSINOU CONTRATO DE ANO E MEIO.

=== SEGUE OFF ===

O SUCESSOR DE VIOREL HIZO JÁ COMEÇOU A EXERCER FUNÇÕES E VIAJOU COM A EQUIPA PARA ANTALYA, NA TURQUIA. O VASLUI PREPARA ESTÁGIO EM ALTURA DE PARAGEM DO CAMPEONATO ROMENO.

AUGUSTO INÁCIO É O TERCEIRO TREINADOR PORTUGUÊS A ORIENTAR UMA EQUIPA ROMENA. O TÉCNICO JUNTA-SE NAQUELE PAÍS A JORGE COSTA, NO COMANDO DO CLUJ E ANTÓNIO CONCEIÇÃO, NO ASTRA.

O TÉCNICO ESTAVA DESEMPREGADO DESDE 2011 QUANDO DEIXOU O COMANDO DO LEIXÕES.

AUGUSTO INÁCIO FOI CAMPEÃO EM 2000 PELO SPORTING, SENDO ESTA NAIS UMA EXPERIÊNCIA NO ESTRANGEIRO DEPOIS DE TER PASSADO PELO QATAR, GRÉCIA, IRÃO E ANGOLA.

O VASLUI DA ROMÉNIA OCUPA A SÉTIMA POSIÇÃO NO CAMPEONATO.

ANEXO 9: Capa do Relatório de Estágio

**Jornalismo Desportivo:
A notícia em Televisão e as Fontes de Informação dos
Jornalistas**

Cristiana Ávila Santos

**Relatório de Estágio na TVI para o
Mestrado de Jornalismo**

Julho 2012

